

Jenny Pääkkönen

SATAKUNNAN ALUEEN MATKAILUYRITTÄJIEN JA MUIDEN  
MATKAILUTOIMIJOIDEN TÄYDENNYSKOULUTUSTARPEET

Matkailun koulutusohjelma  
2011

# SATAKUNNAN ALUEEN MATKAILUYRITTÄJIEN JA MUIDEN MATKAILUTOIMIJOIDEN TÄYDENNYSKOULUTUSTARPEET

Pääkkönen, Jenny

Satakunnan ammattikorkeakoulu

Matkailun koulutusohjelma

Toukokuu 2011

Ohjaaja: Blomroos, Marja-Leena

Sivumäärä: 44

Liitteitä: Kyselylomake

Asiasanat: Täydennyskoulutus, elinikäinen oppiminen, aikuiskoulutus, matkailuyrittäjyys

---

*Tämän opinnäytetyön aiheena oli Satakunnan alueen matkailuyrittäjien ja matkailutoimijoiden täydennyskoulutustarpeiden kartoittaminen. Tutkimuksen tarkoitus oli tuottaa tietoa tästä tarpeesta, jotta Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskus saisi tarvitsemaansa informaatiota pystyäkseen muokkaamaan matkailualalle suunnattua tarjontaansa paremmin kysyntää vastaavaksi. Tässä tutkimuksessa keskitytäänkin elinikäiseen oppimiseen, koulutustarpeeseen ja erityisesti satakunnan alueen matkailutoimijoiden kouluttautumistarpeisiin kyselytutkimuksen ja analyysin kautta.*

*Tutkimuksen tuloksena saatiin selville, että eniten täydennyskoulutukselle on tarvetta markkinoinnin ja myynnin sekä sosiaalisen median hyödyntämisen osa-alueilla. Myös Internetin ja muun tietotekniikan kanssa koettiin lisäkoulutus tarpeelliseksi, samoin kuin omien työtapojen kehittämisessä, johtamistaidoissa sekä palvelusisältöjen kehittämisessä. Vastauksissa painotettiin voimakkaasti myös pienyrittäjyyttä ja matkailun näkökulmaa. Tutkimukseen vastanneista 70,6 % oli alle viiden työntekijän pienyrityksiä ja iällisesti mitattuna yritysten yleisimmät ikäluokat olivat 10–14 vuotta ja yli 20 vuotta toiminnassa olleet yritykset. Tutkimuksen tuloksista selvisi, että kaiken kaikkiaan täydennyskoulutukselle löytyy selkeästi kiinnostusta ja tarvetta, varsinkin jo pidempään työelämässä olleiden keskuudessa.*

# THE NEED FOR CONTINUING EDUCATION SERVICES AMONGST THE TOURISM ENTREPRENEURS IN SATAKUNTA AREA

Pääkkönen, Jenny

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in tourism

May 2011

Supervisor: Blomroos, Marja-Leena

Number of pages: 44

Appendices: Questionnaire

Keywords: Lifelong learning, Continuing education, adult education, tourism entrepreneurship

---

*The purpose of this thesis was to map out the need for continuing education services in the area of Satakunta concerning the local tourism entrepreneurs and other tourism operators. The purpose was to gather information about this need so that the Continuing Education Center of Satakunta University of Applied Sciences can improve their services to better match the need. In this thesis the concentration will be in the lifelong learning, need for education and the survey results for the need of continuing education services amongst the tourism entrepreneurs.*

*From the results it was possible to figure out that the biggest need for continuing education is in marketing, sales and utilizing of social media. Also the Internet and other forms of information technology were seen as areas that needed to be improved as well as the improvement of personal working habits, leadership skills and service content. The results also emphasized the aspects of small businesses and tourism. 70,6 % of the answers came from enterprises that have less than five employees and when measured by age of the enterprise the most common groups were those that have been functioning 10-14 years or more than 20 years. As the result of this research it is clear that there is need and interest for continuing education especially amongst those who have been in the working life for a longer period of time.*

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	7
3	TÄYDENNYSKOULUTUS .....	9
3.1	Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskus .....	9
4	MATKAILUKOULUTUS SUOMESSA.....	10
4.1	Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 ja kehitystoimenpiteet .....	13
4.2	Valtioneuvoston periaatepäätös Suomen matkailupolitiikasta.....	14
4.3	Porin seudun elinkeinostrategia 2015.....	15
5	ELINIKÄINEN OPPIMINEN .....	17
6	AIKUISKOULUTUS .....	19
6.1	Koulutustarve.....	20
6.2	Mediakoulutustarve .....	21
6.3	Sosiaalinen media.....	23
7	TUTKIMUSTULOKSET.....	24
7.1	Toimiala- ja ikäjakauma sekä henkilöstömäärät.....	25
7.2	Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuspalvelujen tuttuus .....	27
7.3	Aiemmat kokemukset täydennyskoulutuksesta yleisellä tasolla sekä Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskuksessa .....	28
7.4	Käytetyt täydennyskoulutuspalvelut ja niiden henkilöstöllinen kohdistuminen	28
7.5	Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskuksen palvelujen aiempien käyttökertojen määrä ja ajallinen sijoittuminen .....	29
7.6	Vastaajien täydennyskoulutustarpeet sekä matkailualalla tärkeinä pidettyjen täydennyskoulutuspalvelujen sunntautuminen .....	31
7.7	Täydennyskoulutuksen pituus ja teema .....	32
7.8	Koulutustyypit, verkostoitumistilaisuudet ja koulutuksen hinta.....	33
8	TULOSTENYHTEENVETO.....	34
9	OPINNÄYTETYÖN LUOTETTAVUUS .....	36
10	POHDINTA.....	37
	LÄHTEET.....	39

## LIIETTEET

## 1 JOHDANTO

Vaikka tutkinto olisikin jo takataskussa, moni jo työelämässä oleva aikuinen on nykyään kiinnostunut hankkimaan itselleen vielä lisäkoulutusta erilaisista opinnoista joko itsenäisesti tai työpaikan kautta. Tällaisiin tarpeisiin vastaavat täydennyskoulutuspalvelut. Koulutuksesta haetaan joko kokonaan uusia taitoja ja aluevaltauksia tai tukea jo ennalta tuttuihin asioihin. Nykyään useimmilla yliopistoilla ja ammattikorkeakouluilla onkin jo oma täydennyskoulutuskeskuksensa joka tarjoaa aikuiskoulutusta. Nämä koulutukset ovat nimenomaan aikuisille suunnattuja ja tarjoavat aikuisillekin mahdollisuuden suorittaa tutkintoon johtava koulutus tai yksinkertaisesti vain parantaa tai päivittää jo hallitsemaansa osaamista. Nyky-yhteiskunnassa elinikäinen oppiminen on yleistynyt käsite ja yhä useampi työelämässä toimiva yksilö haluaa kehittää itseään ja taitojaan joko omasta aloitteestaan tai työpaikan ja – tehtävien vaatimuksesta. Varsinkin jo kauemmin työmarkkinoille toimineet yksilöt kokevat tarvetta uudistautua ja pysyä mukana alati muuttuvassa ja kehittyvässä työelämässä. Tarvetta kouluttautumiselle luovat myös työmarkkinoille tulevat korkeammin pohjakouluttautuneet nuoret työntekijät, joille monet nykypäivän työvälineistä ja uusista kanavista ovat jo tuttuja. Yhtenä isona osa-alueena tarvetta koulutukselle luo jatkuvasti työelämässäkin kasvava mediakulttuuri ja sosiaalinen media. Myös ihmisten halu kehittää itseään on kasvanut entisestään ja suurin osa työikäisistä yksilöistä on jo käyttänyt tai on halukas käyttämään täydennyskoulutuspalveluja.

Tutkimuksen tarkoituksena olikin kartoittaa Satakunnan alueen matkailuyrittäjien ja muiden matkailutoimijoiden täydennyskoulutustarpeita. Lähtökohtana tutkimukselle on täydennyskoulutuksen kehittäminen yrittäjien toiveita paremmin vastaavaksi pitäen mielessä matkailualan tulevaisuuden näkymät. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena E-lomakkeen avulla. Kysely lähetettiin kuuteenkymmeneenseitsemään matkailualan yritykseen sisältäen majoitus- ja ohjelmapalveluyrityksiä, kuntien matkailutoimivia, leiri- ja kokouskeskuksia, matkatoimistoja, kulttuurikohteita ja muita toimijoita. Suuret ketjut karsittiin pois otoksesta. Vastauksia tutkimukseen saatiin 17 kappaletta, jolloin vastausprosentiksi muodostui 25 %. Tutkimuksen tilaaja on Satakunnan ammattikorkeakoulu ja sen täydennyskoulutuskeskus.

## 2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Kvantitatiivinen tutkimus kuuluu empiirisen eli havainnoivan tutkimuksen piiriin. Kvantitatiivinen tutkimus on tilastollista tutkimusta, jonka tarkoituksena on selvittää lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä sekä asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Se voi vastata myös kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. Jotta kvantitatiivinen tutkimus olisi onnistunut, tulee otoksen olla riittävän suuri ja edustava. Otoksella tarkoitetaan edustavaa pienoiskuvaa perusjoukosta, eli otokseen tästä perusjoukosta valituissa kohteissa on samoja ominaisuuksia kuin perusjoukossa. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua jo olemassa oleva tilanne, mutta ei pystytä riittävästi selittämään syitä. Tiedonkeruumenetelminä kvantitatiivisessa tutkimuksessa ovat tilastot, rekisterit ja tietokannat tai itse kerättynä tietoa voi kerätä postikyselynä, puhelin- tai käyntihaastatteluina, informoituina kyselyinä, joka on kirjekyselyn ja henkilökohtaisen haastattelun välimuoto, sekä www- ja survey-kyselyinä. (Heikkilä 2008, 16-21,33)

Kvantitatiivinen tutkimus voi olla myös havainnoivaa tutkimusta. Tässä etuna on se, että tieto hankitaan juuri silloin kuin se tapahtuu toisin kuin kysely- ja haastattelututkimuksissa, jolloin tieto perustuu jo aiemmin tapahtuneeseen sekä odotuksiin tulevista. Varjopuolena puolestaan vaikuttaa huomiointikyvyn rajallisuus ja tutkijan läsnäolon vaikutus tutkittaviin henkilöihin ja näin ollen tämä vaikuttaa myös tutkimustulosten luotettavuuteen. (Heikkilä 2008, 16-21)

Tämä tutkimus suoritettiin kyselylomakkeena Internet verkossa toimivaa E-lomaketta hyödyntäen. Kysely lähetettiin kuudellekymmenelleseitsemälle etukäteen valitulle matkailuyritykselle ja – toimijalle, joista kyselyyn vastasi 17 kappaletta, vastausprosentin ollen näin 25 %. Kyselylomakkeessa käytettiin sekä suljettuja että

avoimia kysymyksiä. Avoimet kysymykset ovat kvalitatiivisessa tutkimuksessa suljettuja yleisempiä, kun tutkimus tehdään haastatteluina tai muina tutkimustyypeinä, joissa vastaajalle on hyvä antaa mahdollisuus assosiaatiolle, mieleenjohtumille tai spontaaneille mielipiteille. Myös kyselytutkimuksessa on usein mukana avoimia kysymyksiä, mutta ne ovat kuitenkin jollain tapaa suuntaa antavasti rajattuja. Avoimet kysymykset ovat tarkoituksenmukaisimpia silloin, kun vaihtoehtoja ei tarkkaan tunneta etukäteen. Avoimet kysymykset ovat kuitenkin hankalia siitä, että niihin vastaamatta jättäminen on yleisempää kuin suljettuihin. Niiden laatiminen voi olla helpoa, mutta käsittely vaikeaa, samoin niiden luokittelu on vaikeampaa. Etuna avoimissa kysymyksissä on kuitenkin se, että niiden avulla voidaan saada ennalta odottamattomia vastauksia, kuten esimerkiksi uusia näkökulmia ja hyviä ideoita. (Heikkilä 2008, 49-52)

Suljetuissa kysymyksissä on annettu valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja valitsee itselleen sopivimman. Kysymykset voivat haluttaessa olla myös monivalintaisia, eli sopivia vastauksia voidaan rastittaa yksi tai useampia. Suljetut kysymykset ovat tarkoituksenmukaisimpia silloin, kun vastausvaihtoehdot on rajattu jo etukäteen. Vastausten käsittelyn yksinkertaistamisen lisäksi suljetut vastaukset torjuvat myös virheiden mahdollisuutta. Suljetut kysymykset voivat olla myös vastaajalle helpompia ja mieluisampia, koska ne eivät vaadi kielellistä lahjakkuutta tai palautteen ja kritiikin antamista, jonka jotkut kokevat vaikeaksi. Etukäteen annetut vaihtoehdot helpottavat negatiivisenkin palautteen antamista. Suljetuissa kysymyksissä vaihtoehtojen määrä ei kuitenkaan voi olla kovinkaan suuri ja kaikille vastaajille täytyisi löytyä sopiva vaihtoehto. Vastausvaihtoehtojen tulee myös olla toisensa poissulkevia, mielekkäitä ja järkeviä. Kysymyksen asettelussa on myös selkeästi ilmoitettava valintojen lukumäärä. Suljettuihin kysymyksiin vastaaminen on nopeaa ja vastausten käsittelyhelppoa. Vastaukset voidaan kuitenkin antaa harkitsematta ja varsinkin vaihtoehto ”en osaa sanoa” on vastaajille houkutteleva. Toisinaan myös jokin vastausvaihtoehto saattaa puuttua. Kysymyksiä voidaan esittää myös sekamuotoisena, jolloin valmiiksi annettujen vastausvaihtoehtojen lisäksi seassa on myös avoin vaihtoehto, esimerkiksi ”jokin muu, mikä?”. (Heikkilä 2008, 49-52)



### 3 TÄYDENNYSKOULUTUS

Täydennyskoulutuksella tarkoitetaan kaikenlaista lisäkoulutusta ja sen tarkoituksena on ylläpitää ja uudistaa työntekijöiden osaamista vastaamaan alati muuttuvan työelämän vaatimuksia. Se on virallisten tutkintojen lisäksi tarjottavaa koulutusta, joka mahdollistaa oman osaamisen laajentamisen ja syventämisen. Täydennyskoulutus on tarkoitettu erityisesti sellaisille yksilöille, joilla on jo jokin pohjakoulutus, mutta täydennyskoulutukseen voi kuitenkin osallistua kuka tahansa liittyen joko henkilökoh- taiseen tai ammatilliseen osaamiseen. Täydennyskoulutusta on tarjolla useassa eri muodossa esimerkiksi seminaareina, work shop – muodossa, lähikoulutuspäivinä tai pidempiaikaisina kursseina. Täydennyskoulutusta ei ole olemassa vain tietyn ajan- jakson mittaisena, vaan koulutuksen kesto voi vaihdella muutamasta tunnista kuu- kausiin ja sen voi suorittaa niin työn ohella kuin vapaa-ajallakin. Yksilö voi osallis- tua täydennyskoulutukseen vapaaehtoisesti tai työpaikan velvoitteesta. Yleisimmin täydennyskoulutusta on tarjolla toisen asteen oppilaitoksissa, ammattikorkeakouluis- sa sekä yliopistoissa. Useilla ammattikorkeakouluilla ja yliopistoilla on jo oma täy- dennyskoulutus yksikkönsä. (Bocco, D. www-sivut 2011)

#### 3.1 Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskus

Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskus on ammattikorkeakou- lun sisällä toimiva, ammatillisia erikoistumisopintoja, avoimen ammattikorkeakoulun opintoja sekä kursseja ja seminaareja järjestävä keskus. Täydennyskoulutuskeskuk- sen palveluja voi käyttää kuka tahansa pohjakoulutuksesta ja iästä riippumatta. Avoimen ammattikorkeakoulun opinnot sopivat erityisesti niille, jotka haluavat uu- den uran, parantaa ammattitaitoaan tai suorittaa ammattikorkeakoulututkinnon myö- hemmässä vaiheessa. Opinnot vastaavat tasoltaan AMK – tutkinnon vaatimuksia. Avoimen ammattikorkeakoulun opintojen etuina ovat mahdollisuus valita opintojak- soja oman kiinnostuksen ja tarpeen mukaan sekä mahdollisuus valita joko päivä-, ilta- tai verkko-opintoja. Suoritetut opinnot on mahdollista saada hyväksiluetuiksi myöhemmissä tutkinto-opinnoissa ja kaikista opinnoista saa opintosuoriteotteen tai niin halutessaan suoritustodistuksen. Erikoistumisopinnot ovat tarkoitettu aiemman

tutkinnon täydentämiseen ja oman ammatillisen osaamisen laajentamiseen. Erikoistumisopinnot eivät ole tutkintoon johtavia opintoja. Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskus järjestää myös lyhytkursseja, jotka ovat kestoaltaan muutamasta tunnista muutamaaan päivään, sekä Perjantain huiput – tapahtumia ja teemaseminaareja. Seminaareissa käsitellään ajankohtaisia asioita ja ne ovat tarkoitettu kaikille, jotka haluavat kehittää omaa osaamistaan kyseisessä aiheessa. Seminaarit ovat myös loistava mahdollisuus tutustua kollegoihin ja verkostoitua. Näiden lisäksi Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskus järjestää myös esimieskoulutusta ja tarpeen vaatiessa tilaajalle erikseen räätälöityä koulutusta. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www – sivut 2011)

Tällä hetkellä täydennys- ja aikuiskoulutusta Satakunnan alueella tarjoavat Satakunnan ammattikorkeakoulun lisäksi yleisellä tasolla muun muassa Porin yliopistokeskus, Porin Diakonia-ammattikorkeakoulu, Aikuiskoulutuskeskus SataEdu, Ammattiopisto Luovi, Sasky, JAKK sekä WinNova. Näistä mikään ei kuitenkaan kohdistu suoranaisesti matkailun tai kulttuurin koulutuksiin ja esimerkiksi Porin diakonia-ammattikorkeakoulu sekä Ammattiopisto Luovi suuntautuvat kokonaan muihin opinaloihin. Varsinaisesti matkailuun suuntautuvaa täydennyskoulutusta ei ole tällä hetkellä saatavilla muualla kuin Satakunnan ammattikorkeakoulussa, mutta esimerkiksi Porin yliopistokeskuksella järjestetään liiketalouteen ja tietotekniikkaan liittyviä koulutuksia, jotka ovat kysyttyjä myös Satakunnan alueen matkailuyrittäjien piirissä. (Porin yliopistokeskus www-sivut)

## 4 MATKAILUKOULUTUS SUOMESSA

Matkailukoulutus Suomessa on nykymuodossaan hyvin nuori opinala. Alaa voi tällä hetkellä opiskella ammattikoulussa, ammattikorkeakoulussa perustutkintona ja ylempänä AMK tutkintona sekä yliopistossa. Ammatillinen koulutus on rajattu syvyyden ja teoreettisuuden kannalta käytännöllisemmälle, joskin kapeammalle alueelle kuin ylempillä asteilla. Ammattikorkeakoulu tutkinto puolestaan antaa perustutkintoa laa-

jemmat ja yleissivistävämmät valmiudet alalle ja kattaa laajan määrän osaamisalueita. Ongelmaksi tässä muodostuu kuitenkin se, että opiskelija saa melko pinnalliset tiedot suuntautumisvaihtoehtonsa ulkopuolelta. Ylemmän AMK tutkinnon ei ole tarkoituskaan kattaa laajasti osaamisen kenttää vaan luoda merkittävää osaamista jollain tietyllä osaamisalueella. Yliopistosta saatava matkailukoulutus on puolestaan selvästi tutkimuspainotteista ja ulottuu vain kapealle osaamisalueelle. Yhtenä vaihtoehtona ovat myös näyttötutkinnot. Ne ovat aiemmasta koulutuksesta ja ammattitaidon hankkimistavasta riippumattomia menettelyjä, joilla aikuiset voivat osoittaa ammattitaitonsa ja saavat osaamisestaan tutkintotodistuksen. Tätä menettelyä valvovat tutkinto-toimikunnat sekä opetushallitus. Näyttötutkinnon voi suorittaa myös työn ohella. Tarkasteltaessa eri koulutusasteiden matkailuopintoja, voi huomata niitä yhdistävänä tekijänä suppeahkon oppimisalueen, joka jättää useita osaamiskenttiä hämärän peittoon. Tämä on tietenkin ymmärrettävää, ottaen huomioon alan laajuuden, joka pakottaa jokaisen valitsemaan oman erikoistumissuuntansa. Tämä tuo mukanaan kuitenkin myös tarvetta täydennyskoulutukselle. Kun opiskelija valmistuu ja lähtee työelämään kehittää hän kokemuksen kautta näitä hämärimmiksikin jääneitä osaamisen alueita, mutta saattaa kaivata kuitenkin myös teoreettisempaa opetusta. Suomen matkailupoliittisten linjausten yhtenä päätavoitteena onkin kehittää koulutusyhteistyötä matkailuelinkeinon kanssa alan osaamistarpeiden vaatimalla tavalla. (Havas, K. & Jaakonaho, K. & Rantanen, P. & Sievers K. 2006, 12, 33–39)

Suomen matkailuelinkeino on tällä hetkellä pienyritysvaltaista ja Suomen matkailun perustan muodostaa edelleen kotimaanmatkailu, vaikka ulkomaiset matkailijat tuovat merkittävää kasvua. Vuonna 2006 27 % matkailun kokonaiskulutuksesta tuli ulkomaisilta matkailijoilta. Suomessa ongelmaksi muodostuu kuitenkin yrittäjyyden ja pienyrityksien vähyys, vaikka matkailuyrittäjäksi alkamisen kynnyks on suhteellisen matalalla. Kuten sanottu, alan on vielä nuori ja uusilla toimijasektoreilla on vielä runsaasti tilaa uusille yrityksille, kuten ohjelmapalveluille. Ohjelmapalvelutoiminnan kehittäminen onkin suomalaisen matkailun kannalta oleellista. Suomella on puolelleen myös luonto vetovoimatekijänä, josta löytyy vielä paljon kehittämisen varaa. Se on vielä toistaiseksi kapea segmentti, jota voidaan jalostaa vielä huomattavasti pidemmälle. (Havas, K. & Jaakonaho, K. & Rantanen, P. & Sievers K. 2006, 12–13, 22–24)

Vuonna 2005 matkatoimistopalveluja käytettiin 60 % kaikista matkoista. Yli puolet varatuista matkoista oli pakettimatkoja. Matkailutuotteiden markkinointiviestintä ja myynti ovat kuitenkin muutoksessa. Sähköisten tieto- ja kauppapaikkojen määrä on jatkuvassa kasvussa ja näin ollen myös ihmisten omatoimisuus kasvaa. Toistaiseksi halpalentoyhtiöillä ei ole vielä merkittävää roolia Suomen matkailussa, mutta tämänkin segmentin kasvu on odotettavissa. Markkinointiviestinnän ja myynnin tehokkuuden kasvattaminen vaatisi yhtenäisempää viestintää ja yleisempää tarjontaa valtakunnallisella tasolla. Myös liikenneyhteyksien ylläpitäminen on haastava kaupungistumisen ja kiina-ilmion myötä. Henkilöliikenne ei vain ole enää kannattavaa maantieteellisesti syrjäisimmissä, suurissakaan matkailukohteissa. (Havas, K. & Jaakonaho, K. & Rantanen, P. & Sievers K. 2006, 24–27)

Suomen matkailu on nykytilassaan melko rajoittunutta, eikä kaikkia vetovoimatekijöitä tai yrittäjyyden segmenttejä ole vielä valjastettu käyttöön niin paljon kuin olisi mahdollista. Elinkeinoelämän ja julkisen sektorin rakenteiden rajujen muutosten odotetaan kuitenkin jatkuvan ainakin ensi vuosikymmenen loppuun asti. Pääasiallisesti matkailualalla tärkeimpiä osaamisen kehittämisalueita kaikissa kehittyneissä matkailumaissa ovat konkreettiset johtamistaidot, viestintä- ja vuorovaikutustaidot, taloudellinen osaaminen sekä eettinen osaaminen ja kielitaito. Täydennyskoulutustarvetta lisäävät myös 2003 voimaan tulleet kuluttajaviraston ohjeet ohjelmopalveluiden turvallisuuden edistämiseksi. (Havas, K. & Jaakonaho, K. & Rantanen, P. & Sievers K. 2006, 41)

Turun kauppakorkeakoulun Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen vuosina 2008–2009 toteuttaman Matkailun ja elämystuotannon tulevaisuuskoulutus oli osa laajempaa ennakointihanketta, joka toteutettiin 2008–2010 ja jonka tavoitteena oli tuottaa matkailun ja elämystuotannon alueellisia ja kansallisia tulevaisuuskuvia sekä lisätä alueellisten toimijoiden ennakointiosaamista. Koulutus toteutettiin viidellä paikkakunnalla luennoin ja harjoitusverstain. Koulutuksen yhteenvedettyjen tulosten mukaan matkailualaa ja elämystuotantoa seuraavina vuosina haastavia megatrendejä tulevat olemaan kestävä kehitys, ikääntyminen sekä talouskriisit. Nämä megatrendit voivat vaikuttaa kaukomatkojen vähenemiseen ja lähimatkailun lisääntymiseen. Aikaa ja rahaa tullaan käyttämään enemmän kotimaan matkailuun ja nousevia trendejä ovat muun muassa nostalgia, aitous, hyvinvointi ja terveys. (Hietanen 2009, 7, 45)

#### 4.1 Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 ja kehitystoimenpiteet

Suomen kauppa- ja teollisuusministeriö on laatinut valtakunnallisen matkailustrategian sekä kehitystoimenpiteet vuoteen 2020 asti. Strategia tuli voimaan 1.1.2007 ja sen visiona on tehdä Suomesta houkutteleva ja helposti saavutettava työ- ja vapaa-ajan matkailumaa, joka tarjoaa elämyksiä kaikkina eri vuodenaikoina hyödyntäen luontoa, kulttuuria ja kestävän matkailun periaatteita. Kehitystoimenpiteitä tämän tavoitteen saavuttamiseksi ovat vahvemman tunnettavuuden ja kiinnostavuuden lisääminen yhtenäisemmän Suomi-mielikuvan kautta, palveluketjun katkeamattomuus, sujuva saavutettavuus, vahvempi ammattitaito ja osaava työvoima koulutuksen ja tutkimuksen kautta, infrastruktuurin kehittäminen, kannattavampi yritystoiminta matkailuelinkeinoa koskevan säädösympäristön kehittämisellä, matkailutoimijoiden työnjaon selkeyttämisen ja verkostoitumisen lisääminen sekä vahvemman kasvun luominen kohdentamalla rahoitusta strategian mukaisesti. (Havas, K. & Jaakonaho, K. & Rantanen, P. & Sievers K. 2006, 73)

Strategiassa on myös eriteltynä maakuntakohtaiset strategiat. Satakunnassa matkailu on melko merkittävä, muttei kovin arvostettu tuotantosektori. Tahtotila matkailun kehittämiselle on kuitenkin monin paikoin hyvin myönteinen. Matkailun odotetaan kuitenkin saavan Satakunnassa nykyistä merkittävämmän aseman maakunnankehittämisisiössä muun palvelusektorin arvostuksen kasvamisen myötä. Satakunnan alueella matkailun kehittämistoimenpiteiksi strategia listaa infrastruktuurin ja tuotekehityksen kehittämisen sekä markkinoinnin ja myynnin organisoimisen ja tehostamisen. (Havas, K. & Jaakonaho, K. & Rantanen, P. & Sievers K. 2006, 80)

Matkailu on alana jatkuvassa muutoksessa. Sen kasvuun vaikuttavat useat tekijät, osa suotuisasti, osa heikentävästi. Matka 2020 – tutkimus listaa kasvua parantaviksi tekijöiksi moniosaavat työkuviot, matkailun pariin suuntautuvan vapaa-ajan kasvun, matkailun ympärivuotisuuden, kuluttajien kasvaneen elämyshakuisuuden, alan kehittyneen verkottumisen ja yhteistyön, panostuksen henkilöstön jatko- ja täydennyskoulutukseen, eläkeläisten lisääntyneet matkailutottumukset sekä it-teknologiaan liittyvät

ratkaisut. Tutkimuksen mukaan matkailualan kasvua puolestaan heikentävät hintakilpailu esimerkiksi liikenne-, matka- ja hotellipuolella, riittämätön kysyntä esimerkiksi ohjelmapalveluissa, matkailualan kehittäjien puute, kulutuskäyttäytymisen muutokset, työvoiman vaihtuvuus sekä ympäristön saastuminen. Tulevaisuudessa matkailun kehitykseen vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa talouskasvu, turvallisuus, Euroopan Unioni ja sen laajeneminen sekä alueelliset kehitykset. Osaamistarpeet muuttuvat myös ympäröivien olosuhteiden muuttuessa. Tulevaisuudessa arvostetaan moniosaajia ammattiosaamista unohtamatta. Myös liiketoimintaosaaminen, taloushallinta ja perusliiketoiminnan osaaminen on nostettu esiin tulevaisuuden osaamistarpeita käsiteltäessä. Luovuus ja innovatiivisuus, vuorovaikutustaidot, kulttuurien tuntemus, kielitaito, it-alan, matkailun prosessien, tuotantotalouden ja projektitoiminnan tuntemus ovat myös tärkeitä tulevaisuuden osaamistarpeiden osia. (Havas, K. & Jaakonaho, K. & Rantanen, P. & Sievers K. 2006, 82–89)

#### 4.2 Valtioneuvoston periaatepäättös Suomen matkailupolitiikasta

Valtioneuvoston 24. Maaliskuuta 2011 antamassa periaatepäätöksessä Suomen matkailupolitiikasta esitetään sellaisia matkailupoliittisia linjauksia, jotka ovat tärkeitä Suomen matkailun tunnettujen vahvuuksien vahvistamiseksi sekä matkailukeskittymissä olevien kasvuhakuisten yritysten menestyksen edistämiseksi. Periaatepäätöksen mukaan kaikki toimenpiteet vaativat resurssien tehokkaampaa kohdentamista erityisesti julkisella sektorilla ja periaatepäätöksen mukaiset toimenpiteet painottuvatkin voimakkaasti elinkeinotoiminnan kehittämiseen sekä niihin toimenpiteisiin, joihin julkisen sektorin keinoin voidaan vaikuttaa. Periaate päätöksen lähtökohtana on, että suomalainen matkailuelinkeino kasvaa, kannattaa ja menestyy kilpailussa kansainvälisistä matkustajavirroista. Tavoitteena on lisätä erityisesti kansainvälistä matkailua Suomeen ja näin lisätä suomalaisen matkailuelinkeinon ja siihen välillisesti liittyvien alojen tuotteiden ja palvelujen myyntiä ulkomaisille asiakkaille. (Työ- ja elinkeinoministeriön [www-sivut](http://www.sivut))

Valtioneuvoston päätöksen toimenpiteiksi matkailupolitiikan tavoitteiden toteutumiseksi on määritelty viisi pääkohtaa ja muutamia alakohtia. Ensimmäisenä pääkohtana

on selvittää mahdollisuudet käynnistää laaja-alainen Suomen matkailun strateginen ohjelma, jonka tavoitteena olisi ennakoida ja seurata matkailualan kehitystä eri näkökulmista, koordinoita matkailuelinkeinon toimintaedellytyksiä sekä koordinoita periaatepäätöksen toimenpiteiden valmistelua ja toteutusta. Toiseksi tavoitteeksi on asetettu matkailusektorin kehittäminen johon liittyy matkailukeskittymien ja –verkostojen kehittäminen, yritysten kasvun ja kehittymisen tukeminen kotimarkkinoilla ja kansainvälisesti, kestävän kehityksen huomioiminen matkailun liiketoiminnan prosesseissa ja palveluntarjonnassa, matkailualankoulutuksen kehittäminen ja osaamisen parantaminen, matkailukeskittymien infrastruktuurin parantaminen, tutkimus- ja markkinatiedon parempi hyödyntäminen sekä Suomen matkailuyritysten turvallisuusjärjestelmän kehittämisestä huolehtiminen. Kolmantena kohtana mainitaan Suomen matkailumaakuvan vahvistaminen, johon pyritään vahvistamalla matkailumarkkinoita sekä Suomen kansainvälisen näkyvyyden lisääminen. Neljäntenä pääkohtana periaatepäätöksessä mainitaan matkailualaa koskevat yleiset elinkeinopoliittisen näkökohdat. Näillä tarkoitetaan yritysten kannustamista ympäristövastuullisuuteen, saavutettavuuden parantamista muun muassa liikenneyhteyksiä parantamalla sekä matkailun ympärivuotisuuden lisäämistä. Viidentenä pääkohtana mainitaan seuranta. valtioneuvoston päätöksellä työ- ja elinkeinoministeriö asettaa työryhmän seuraamaan periaatepäätöksen toteutumista. (Työ- ja elinkeinoministeriön [www-sivut](http://www.suomi.fi))

#### 4.3 Porin seudun elinkeinostrategia 2015

Porin seudun kehittämiskeskuksen teettämä tulevaisuuden katsaus Porin seudun elinkeinostrategiasta vuoteen 2015 mennessä tuottaa strategia-ajattelun kehikon ja ohjaa seudun toimintaa matkalla kohti kansallista kasvukeskusta. Porin seutu tarjoaa eri segmenteille laadukkaita palveluja ja myös kansainväliset yritykset löytävät Porin seudulta korkeatasoisia ja pitkälle tuotettuja palveluja asiakkailleen. Satakunnasta löytyy merkittävää vientiteollista osaamista, jota pyritään vahvistamaan strategisilla kumppanuuksilla maailman kasvaviin markkina-alueisiin kehittämisorganisaatioiden kautta. Alueen tehokkaat logistiset toiminnot antavat häiriöttömän mahdollisuuden toimia kansainvälisen liiketoiminnan ketjuissa. Näiden toimenpiteiden myötä yritysten roolit selkiytyvät ja yritykset löytävät omat erikoistumispisteensä. Liiketoiminnan

kehittämisessä keskeisiksi kohdiksi nousevat myös muuttuvan pelikentän hahmottaminen ja toiminnan nopea sopeuttaminen isoissa yrityksissä sekä pk-yrityksissä reagointinopeuden lisääminen. Myös brändääminen on keskeistä maailmassa, jossa asiakkaat etsivät entistä segmentoidumpia ja räätälöidympiä palvelutuotteita ja jossa vastuullisen liiketoiminnan merkitys on nousussa. Porin seutu jatkaakin vahvojen brändien ympärille rakentuvaa tuotteistamista ja mielikuvamarkkinointi myös tulevaisuudessa. Myös vahva seutuyhteistyö auttaa aluetta kasvamaan kansalliseksi kasvukeskukseksi. (Rohkeasti uuteen – Porin seudun elinkeinostrategia 2015 – julkaisu)

Osaamisen perustana Satakunnassa luotetaan korkeatasoiseen ja vahvaan ammattikorkeakoulutukseen sekä monipuoliseen yliopistokeskukseen. Korkeakoulutuksen vahvistaminen entisestään sekä eri osaamisyksiköiden erikoistuminen ja vahvojen profiilien luominen ovat tärkeitä tekijöitä Satakunnan kasvamisessa globaaliksi tiedeyhteisöksi. Myös yrittäjyyskasvatus nostaa päätään tuoden uusia näkökulmia jo entuudestaan opetuksen ammattilaisille. Elinikäinen oppiminen ja työssä oppiminen ovat nyky-yhteiskunnassa ajankohtaisia käsitteitä. Työvoima elää yrityksen muutosten tahdissa ja yritykset saavat kilpailuetua osaavista ammattilaisista. Työelämänyhteyttä vahvistavat myös herkkyyys tunnistaa koulutustarpeita sekä kyky ohjata koulutusta. Työhyvinvoinnin lisääminen tulee olemaan entistä suuremmassa asemassa johtamisen ja osaamisen kehittämisen näkökulmista. (Rohkeasti uuteen – Porin seudun elinkeinostrategia 2015 – julkaisu)

Yritysten tehokkaan innovaatiotoiminnan merkitys tulee kasvamaan lähivuosina. Näitä innovaatioita ohjaavat käyttäjä- ja kysyntälähtöisyys, ja asiakkaat ja käyttäjät otetaankin yhä useammin osaksi kehittämisprosessia. Asiakashyötyä pyritään löytämään yhdistelemällä perinteisiä osaamisia niin, että lopputuloksesta voidaan löytää uusia rajapintoja, jotka parhaimmillaan tuottavat uusia oivalluksia markkinoille siirrettäväksi kokeiluun ja edelleen kehitettäväksi. Kilpailukyvyn kehittämisessä peruspohjana ovat prosessien hiominen sekä jatkuva kehitys, johon osallistuu koko henkilöstö. Erityisesti huipputasoa edellytetään turvallisuudessa, terveydessä ja ympäristöasioissa. Omien vahvuuksien tunnistaminen on välttämätöntä. Niiden kautta yritys voi luoda jatkuvasti uusia avauksia ja löytää uusia, toimintaa vahvistavia kumppaneita. (Rohkeasti uuteen – Porin seudun elinkeinostrategia 2015 – julkaisu)



## 5 ELINIKÄINEN OPPIMINEN

Elinikäisen oppimisen käsite voidaan jakaa ainakin kahteen osa-alueeseen: elinikäiseen oppimiseen sekä elämänlaajuiseen oppimiseen. Elinikäisellä oppimisella tarkoitetaan prosessimaisempaa oppimista, joka kestää koko elämän ajan, kehdestä haetaan, kun taas elämänlaajuinen oppiminen kattaa koko elämänalan, ei vain osaa siitä. Aikuiskoulutuspoliittisen linjauksen mukaan elinikäinen oppiminen tarkoittaa muun muassa huomion kiinnittymistä koulutuksellisen tasa-arvon toteutumiseen ja aikuisten motivointia oman osaamisen parantamiseen sekä koulutuksen tarjonnan saatavuuden alueellista ja alakohtaista kattavuutta. Elinikäinen oppiminen on uuden oppimista yksilön koko elinkaaren ajan. Se on jatkuva, tuettu prosessi, jossa yksilöiden on mahdollista saavuttaa tarvittava ymmärrys, sekä sellaiset tiedot, taidot ja arvot, joiden avulla he selviävät läpi elämän muuttuvissa rooleissa, tilanteissa ja ympäristöissä. Vuonna 2003 Joensuun yliopistossa tehdyn tutkimuksen mukaan 92 % tutkimukseen osallistuneista 30–54 vuotiaista vailla toisen asteen koulutusta olevista vastaajista on osallistunut aikuiskoulutukseen työelämäänsä siirtymisensä jälkeen ja näistä 83 % on liittynyt työhön tai ammattiin. Työelämän jatkuvat muutokset ja paremman pohjakoulutuksen omaavat työmarkkinoille astuvat nuoret luovat paineita työelämässä jo pidempään mukana olleille ja näin ollen luovat tarpeen oman ammattitaidon kehittämiseksi sekä täydennyskoulutukselle. Elinikäistä oppimista perustellaankin yhteiskunnan nopeilla muutoksilla, mukaan lukien työelämän jatkuva muutos. Elinikäisen oppimisen tehtävänä on muun muassa olla yksilöiden, organisaatioiden ja yhteiskunnan väline sopeutua muutokseen ja samalla olla suojana muutosta vastaan, lisätä kilpailukykyä, kasvattaa yksilön henkistä pääomaa, ehkäistä syrjäytymistä työelämässä, helpottaa työttömien paluuta työmarkkinoille sekä toimia strategiana, jolla kehitetään yksilöiden osallistumista sosiaalisiin, kulttuurisiin ja poliittisiin asioihin. (Suoranta, J. & Kauppila, K. & Rekola, H. & Salo, P. & Vanhalakka-Ruoho, M. 2008, 68; Kokkila 2003, 3, 6,11,18–19)

Elinikäisen oppimisen käsitteeseen lasketaan kuuluvaksi oppimisen eri muodot. Oppimisen voi jakaa kolmeen kategoriaan sen tarkoituksellisuuden ja suunnitelmallisuuden mukaan: formaali oppiminen, non-formaali oppiminen sekä informaali oppiminen. Formaali oppimisella tarkoitetaan muodollisen järjestelmän piiriin kuulu-

vaa oppimista kuten tutkintoja. Non-formaalilla oppimisella puolestaan tarkoitetaan oppimisen tueksi organisoituja toimintoja kuten järjestötoimintaa ja harrastuksia ja informaali oppimisella taas tarkoitetaan kokemuseräistä oppimista kuten esimerkiksi itseopiskelua ja arkipäivän oppimista. Oppiminen voi tapahtua myös satunnaisoppimisena esimerkiksi erehdyksistä, uskomuksista ja toiminnasta syntyneistä sisäisistä merkitysrakenteista ja muodollisen koulutuksen piilo-opetussuunnitelmista. Satunnaisoppiminen ei ole suunniteltua, vaan se tapahtuu muun toiminnan ohessa. Eri oppimistyyppien erottaminen on usein kuitenkin vaikeaa, koska nämä limittyvät usein tiiviisti toisiinsa. (Kokkila 2003, 20–21)

Elinikäiseen oppimiseen on tullut myös uusia muotoja yhteiskunnan muuttuessa vuosien aikana. Nykyään melko uusi ja paljon huomiota saanut käsite on kestävä kehitys. Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan maailmanlaajuisia ja jatkuvaa ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elinmahdollisuudet. Se edellyttää ympäristön, ihmisen ja talouden tasavertaisuutta päätöksen teossa sekä toiminnassa. Kestävään kehitykseen luetaan kuuluvaksi ekologinen, kulttuurinen, sosiaalinen ja taloudellinen kehitys. Ekologisella kestäväällä kehityksellä tarkoitetaan biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien toimivuuden säilyttämistä sekä ihmisen aineellisen ja taloudellisen toiminnan sopeuttamista pitkällä aikavälillä luonnon kestokykyyn. Taloudellisella kestävyydellä puolestaan tarkoitetaan sisällöltään ja laadultaan tasapainoista kasvua, joka ei perustu pitkällä aikavälillä velkaantumiseen tai varantojen hävittämiseen. Sosiaalisella ja kulttuurisella kestävyydellä taas tarkoitetaan hyvinvoinnin edellytysten takaamista tuleville sukupolville. Kestävä kehitys valtaa sijaa yhteiskuntamme ajatusmaailmassa ja toiminnassa, luoden samalla tarvetta lisäkoulutukselle asiaa koskien. Yksilöt kokevat tarvetta lisätä omaa tietouttaan ja haluavat myös oppia miten ottaa kestävä kehitys osaksi omaa liiketoimintaansa. Kestävään kehitykseen liittyvän koulutuksen ja kasvatuksen päämääränä on lisätä yksilön valmiuksia ja motivaatiota toimia ympäristön ja ihmisen hyvinvoinnin puolesta. (Vapaan sivistystyön yhteisjärjestön [www-sivut 2011](#); Valtion ympäristöhallinnon [www-sivut 2011](#))

## 6 AIKUISKOULUTUS

Oppimispsykologian mukaan oppimisella tarkoitetaan käyttäytymisen pysyvää muutosta, kuten uusien tietojen ja taitojen omaksumista sekä osaamisen ja asiantuntijuuden kehittymistä. Aikuisten kohdalla ajatus siitä, että oppiminen olisi valmiiden tiedon palojen säilömistä ja varastoimista muistiin, ei kuitenkaan ole käyttökelpoinen. Pikemminkin tämä tulee nähdä uudenlaisena merkityksen antona ja uusina tapoina tehdä asioita. Aikuiskoulutus on nimenomaan aikuisille suunnattua ja järjestettyä koulutusta, joka tarjoaa aikuisillekin mahdollisuuden suorittaa tutkintoon johtava koulutus tai yksinkertaisesti vain saada koulutusta elämän eri vaiheissa. Toisaalta sillä tarkoitetaan myös tähän toimintaan ja sen ehtoihin ja edellytyksiin kohdistuvaa tutkimusaluetta. Aikuiskoulutuksen muodot voidaan jakaa yleissivistävään ja ammatilliseen aikuiskoulutukseen sekä formaaliin, non-formaaliin ja informaaliin aikuiskoulutukseen. Nykymuotoinen aikuiskoulutus voidaan jaotella myös erilaisiksi toimintamuodoiksi, joita ovat omaehtoinen ammatillinen aikuiskoulutus, työvoimapolitiittinen aikuiskoulutus, henkilöstökoulutus sekä oppisopimuskoulutus. Ammatillinen aikuiskoulutus puolestaan jakautuu ammatilliseen peruskoulutukseen sekä ammatilliseen lisäkoulutukseen. Koulutus voi olla sekä tutkintoon johtavaa että tutkintoon johtamatonta. Yhden jaottelutyypin mukaan aikuiskoulutus voidaan jakaa myös seuraaviin osa-alueisiin: Perustutkinto-opetus, tutkintoon kuuluvat opinnot, näyttötutkintoon valmentavat opinnot, oppisopimuskoulutus, ammattitaitoa uudistavat lisä- ja täydennyskoulutus sekä kansalais- ja työelämätaitoihin valmentavat yhteiskunnalliset opinnot ja harrastusopinnot. (Collin 2007, 17,28,33,58,100)

Henkilöstön kehittäminen on työnantajaorganisaation toimintaa, joka liittyy aikuisten oppimiseen omalla alallaan ja työpaikallaan. Sitä ohjaa ajattelutapa, jonka mukaan mahdollisuutta ammatilliseen kehittymiseen halutaan pitää yksilöä houkuttelevana asiana ja vastaavasti työpaikkaa halutaan pitää jäsenilleen merkityksellisenä oppimisen lähteenä ja osaamisyhteisönä. Tässä yhteydessä tulee kuitenkin myös muistaa yksilön työpaikan ja palkkatyön rooli yksilön toimeentulon lähteenä sekä se, että työnantajalla on mahdollisuus säädellä sitä, millä ehdoilla ammatillinen kehittyminen tapahtuu tai miten työpaikka muotoutuu osaamisyhteisöksi. Henkilöstön kehittäminen on myös toimintaa, jonka avulla organisaation kehittymistä ohjataan haluttuun

suuntaan jatkuvuuden kannalta. Toisaalta se on myös suunnitelma yksilön henkilökohtaisesti määrittynyiden työhön ja urakehitykseen liittyvien tavoitteiden saavuttamiseksi. (Collin 2007, 189–190)

Aikuiskoulutuksen tuleviin haasteisiin kuuluu muun muassa väestön ikääntyminen, joka vaikuttaa konkreettisesti sekä työikäisten että eläkkeellä jo olevien sekä sinne siirtyvien tilanteeseen. Työssä käyvien osuus väestöstä vähenee väestön ikääntymisen seurauksena, mutta samalla työikäisen väestön koulutustaso tulee hiljalleen nousemaan. Työikäisiä koulutetaan jo nyt voimakkaasti ja jo yli puolet osallistuu vuosittain aikuiskoulutukseen. Haasteeksi muodostuu myös tietoyhteiskunnassa toimimisen valmiudet iäkkäämmillä työelämässä toimijoilla toimintakyvyn tasa-arvoisuuden muodossa. Myös globalisaatio muodostaa oman haasteensa. Ylikansallisten järjestöjen vahvistunut rooli tarkoittaa käytännössä sitä, että koulutus ja sen kehittyminen eivät olekaan enää vain meistä kiinni oleva asia, koska ylikansallisten järjestöjen käsitys elämänlaajuisesta oppimisesta eroaa Suomen totutusta käsityksestä. (Collin 2007, 118–120)

## 6.1 Koulutustarve

Yksilön, organisaation ja yhteiskunnan näkemykset samankin kohteen koulutustarpeesta voivat olla keskenään hyvinkin erilaiset. Työelämässä koulutustarve jaotellaan kuitenkin usein henkilön nykyisen ja vaadittavan osaamistason väliseksi erotukseksi. Koulutustarve voidaan jakaa eri muotoihin. Subjektiivinen koulutustarve on yksilön oma arvio koulutuksen tarpeestaan. Tämä tarkoittaa tiettyyn koulutusalaan, oppiaineeseen, oppisisältöön tai koulutusmuotoon kohdistuvaa kiinnostusta ja opiskeluhalukkuutta, jonka yksilö pystyy ilmaisemaan ja perustelemaan. Subjektiivinen koulutustarve on siis yksilön omaa tarvetta kouluttautua. Objektiviisella koulutustarpeella puolestaan tarkoitetaan asiantuntijan mittaamaa tarvetta, joka on tyydytettävä, jotta asetetut vaatimukset täyttyvät. Koulutustarvetta voidaan mitata myös määrällisesti ja laadullisesti. Määrällinen koulutustarve on yksinkertaisesti sanottuna koulutuksen tarpeessa olevien yksilöiden määrä kun taas laadullinen koulutustarpeeseen kuuluvat koulutuksen sisältö ja menetelmät sekä päämäärät. (Kokkila 2003, 26–27)

Aikuiskoulutukseen osallistuminen on yleistä. Yleisimpiä syitä yksilön osallistumiseen koulutukseen ovat itsensä ja ammattitaidon kehittäminen, työnantajan velvoitteet sekä työtehtävien nopea kehittyminen. Syinä voivat olla myös mahdollinen palkkatason nousu, uudet tai vaativammat työtehtävät, työpaikan tai ammatin vaihtaminen, työpaikan säilyttäminen tai vakituisen työn saaminen. Suurimmat syyt olla osallistumatta koulutukseen voidaan jakaa työajalla osallistumattomuuden ja vapaa-ajalla osallistumattomuuden syihin. Syitä olla osallistumatta koulutukseen työajalla ovat muun muassa se, että työnantaja ei järjestä koulutusta, kiire, koulutuksen heikko laatu, sopivan koulutuksen puute, vaikeus päästä koulutukseen, kiinnostuksen puute, tiedon puute mahdollisuuksista sekä pelko epäonnistumisesta. Vapaa-ajalla koulutukseen osallistumattomuuden syitä ovat muun muassa hankalat työajat, epäonnistumisen pelko, kiinnostuksen puute, väsymys, taloudelliset syyt, koulutuksen sijainti, vähäinen pohjakoulutus, koulutusmahdollisuuksien puute, terveys, ikä, harrastukset, lapset/perhe, tiedon puute mahdollisuuksista sekä koulutuksen heikko laatu. Osallistumisaktiivisuus ja käsitykset koulutuksen tarpeesta vaihtelevat melko paljon perus-, keski- ja korkea-asteen tutkinnon suorittaneiden välillä. (Kokkila 2003, 51–52, 56–61, 88)

## 6.2 Mediakoulutustarve

Nyky-yhteiskunnassa mediakulttuuri on yhä suuremmassa asemassa. Informaatioyhteiskunta syntyy, kun niin sanottujen tietotyöläisten määrä kasvaa ja tietoteknologian merkitys työelämässä ja muualla arjessa lisääntyy. Mediakulttuurilla tarkoitetaan arkikeskustelussa lähes kaikkea modernin ajan kulttuuria, joka tulvii median erilaisia viestejä tai joka jollakin tavalla on liitoksissa mediaan. Moderni mediakulttuuri on luonut lukuisan määrän uusia oppimisympäristöjä, jotka toimivat perinteisen koulutuksen vastavoimina. Nämä kaksi, moderni mediakulttuuri ja perinteinen koulutus, eivät kuitenkaan uhkaa toinen toisiaan. Moderni mediakulttuuri on luonut omanlaisensa opetussuunnitelmat. Tämä moderni mediakulttuuri ei ole katoamassa mihinkään, joten se on nyky-yhteiskunnassa otettava huomioon koulutyöskentelyssä,

ylemmässä opetuksessa ja tutkimuksissa. (Suoranta, J. & Kauppila, K. & Rekola, H. & Salo, P. & Vanhalakka-Ruoho, M. 2008, 214,218–220)

Mediayhteiskunta on paikka, jossa valtaosa ihmisten tavoittamasta informaatiosta on peräisin jostakin muualta kuin heidän omista välittömistä kokemuksistaan ja havainnoistaan esimerkiksi välineiden kautta tietoverkoista tai televisioista. Jotta yksilö selviäisi nyky-yhteiskunnan mediaan liittyvistä odotuksista, on olemassa muutamia mediakulttuurin ”selviytymisvälineitä”. Yksi näistä on mediakompetenssi eli yksilön ominaisuus tai työtehtävien asettama vaatimus. Laajemmassa merkityksessä tämä tarkoittaa yksilön tai yhteisön potentiaalinen kapasiteetti käsitellä menestyksekkäästi tiettyjä tilanteita tai suoriutua työtehtävistä. Tähän kuulu myös muun muassa median hallintataidot, sen yhteiskunnallisten ja taloudellisten kytkentöjen ymmärtäminen sekä taito soveltaa luovasti median tarjoamat mahdollisuudet. Toinen hyödyllinen apuväline on media lukutaito. Tämä tarkoittaa kykyä vastaanottaa, tulkita ja tuottaa mediaesityksiä sekä ilmaista itseään median avulla. Tähän liittyy myös eettisiä ja moraalisia arvovalintoja, sosiaalisia ja kommunikatiivisia taitoja, kielitaitoa, kulttuurien tuntemusta sekä yhteiskuntateoreettista ja – kriittistä ajattelua. (Suoranta, J. & Kauppila, K. & Rekola, H. & Salo, P. & Vanhalakka-Ruoho, M. 2008, 220–221)

Mediakasvatuksen tavoitteena on antaa yksilöille kykyjä, halua ja taitoa kohdata tulevia mediatekstejä ja – viestejä sekä antaa yksilöille valmiuksia ajatella ja arvioida mediatekstejä kriittisesti sekä tuottaa itse erilaisia mediatekstejä. Mediakasvatuksen tarve ja vaikutus on monisyistä. Syitä ovat muun muassa jatkuvasti teknologistuvassa työelämässä toimiminen sekä osallistuminen tieto- ja tietämysyhteiskunnan toimintaan. Yksilön henkilökohtaisessa elämässä sekä yhteiskunnan elämässä mediakasvatus liittyy aktiiviseen kansalaisuuteen, hyvinvointiin ja turvallisuuteen, kestäväan kehitykseen sekä yksilön kulttuuriseen identiteettiin ja tietoisuuteen. (Suoranta, J. & Kauppila, K. & Rekola, H. & Salo, P. & Vanhalakka-Ruoho, M. 2008, 236, 249, 251)

### 6.3 Sosiaalinen media

Sosiaalisella medially on alati kasvava rooli nyky-yhteiskunnassa. Näitä nykyisiä sosiaalisen median välineitä on ollut käytössä jo pitkään, mutta aiemmin niiden käyttö on vaatinut nykyistä enemmän perehtymistä sekä asian tuntemusta. Kehittyneimmät sosiaalisen median keinot toimivat tehokkaina tiedonjakelun ja mainonnan työkaluina ja ne luovat monenlaisia uusia ja innovatiivisia mahdollisuuksia. Sosiaalinen media liittyy Internetin vuorovaikutteisiin ryhmätyö- ja julkaisujärjestelmiin, joille on tyypillistä se, että osallistujat voivat luoda sisältöjä, muokata niitä, kommentoida, keskustella, jakaa aineistoja ja verkostoitua keskenään. Sosiaalisen median tärkeimpiä etuja työ- ja opiskelukäytössä ovat moninaiset mahdollisuudet yhdistää voimavaroja, ajankäytön järjeistäminen, tarvittavan tiedon saavuttaminen nopeasti, yhteishittely ja ongelmanratkaisu, vertaistuki, matkustamisen vähentyminen sekä mahdollisuus liittää yhteen kokonaisuuteen useita erilaisia palveluja. Tällainen verkkososiaalisuus on sekä yhteisten sisältöjen luomista että ongelmien ratkaisemista. Verkon toimintakulttuuriin kuuluvat avuliaisuus, ystävällisyys sekä keskusteleminen, jolloin kollektiivisesti neuvoja ja tietoja jaettaessa siitä on hyötyä kaikille. Oppimisen kannalta on hyödyllistä myös mahdollisuus päästä katsomaan muiden tuotoksia, esimerkiksi verkkosivuja, ilman omaa osallistumista. Tämä antaa yksilölle mahdollisuuden peilata omia ajatuksia ja ideoita muiden tuotoksiin ja mahdollisuuden luoda jotain uutta ja innovatiivista. Sosiaalisten medioiden käyttö luo kuitenkin myös tarvetta lisäkoulutukselle varsinkin jo kauemmin työelämässä toimineiden keskuudessa. Internetin muutoksen myötä verkosta löytyy useita erilaisia ilmaisia ja maksullisia julkaisemisen välineitä, joiden käyttö ei kuitenkaan ole kaikille itsestään selvyyä. Esimerkkejä sosiaalisen median palveluista ovat muun muassa erilaiset blogit, wikit, kuvan-, videon- ja äänenjakopalvelut, virtuaaliset kohtaamispaikat, sosiaaliset kirjanmerkit sekä yhteisölliset kalenterit sekä yhteisöt kuten Facebook sekä Twitter. Sosiaalinen media on teknisessä ympäristössä tapahtuvaa yhteistoimintaa ja vuorovaikutusta, joka luo mahdollisuuden ylittää paikan ja ajan rajoja. Verkkososiaalisuus mahdollistaa maantieteellisesti laajan yhteistyön, auttaa ylittämään toimialanrajoja, antaa tilaa erilaisten vahvuuksien yhdistämiselle, edistää informaation vapaata liikumista, rakentaa yhteistyösuhteita ja mahdollistaa kekseliään ja uudistavan työskentelyn. (Opetushallituksen [www-sivut](http://www.sivut) 2011)

Sosiaalisen median käyttö on räjähdysmäisessä kasvussa, mutta samalla siihen kiinnittyy myös jatkuvasti suurempi yleinen huomio. Tämä luo yrityksissä epävarmuutta ja herättää kysymyksiä siitä onko sosiaalinen media yritykselle sopiva tai merkittävä markkinointimahdollisuus tai onko sen käyttö välttämätöntä nyky-yhteiskunnassa jotta ei menetä paikkaansa tai brändiään markkinoilla. Sosiaalisen median mahdollisuuksien käyttöä täytyy kuitenkin suunnitella huolellisesti, sillä niiden käyttö ei automaattisesti takaa menestystä. Se ei myöskään yksinään ratkaise markkinointiin liittyviä haasteita, vaan on pikemminkin vain osa kokonaisuutta. Sosiaalisen median käytön yleistymisen myötä koulutuksessa opetusta kaivataan erityisesti sosiaalisen median käyttämisessä markkinoinnin välineenä. Markkinointi sosiaalisessa mediassa eroaa paljon perinteisestä markkinoinnista ja tulee näin ollen monelle uutena ja vieraana asiana. Sen luomat mahdollisuudet ja merkitys yhteiskunnassa kasvavat kuitenkin koko ajan, ja luovat näin tarvetta koulutukselle. (Markkinointia.fi www-sivut 2011)

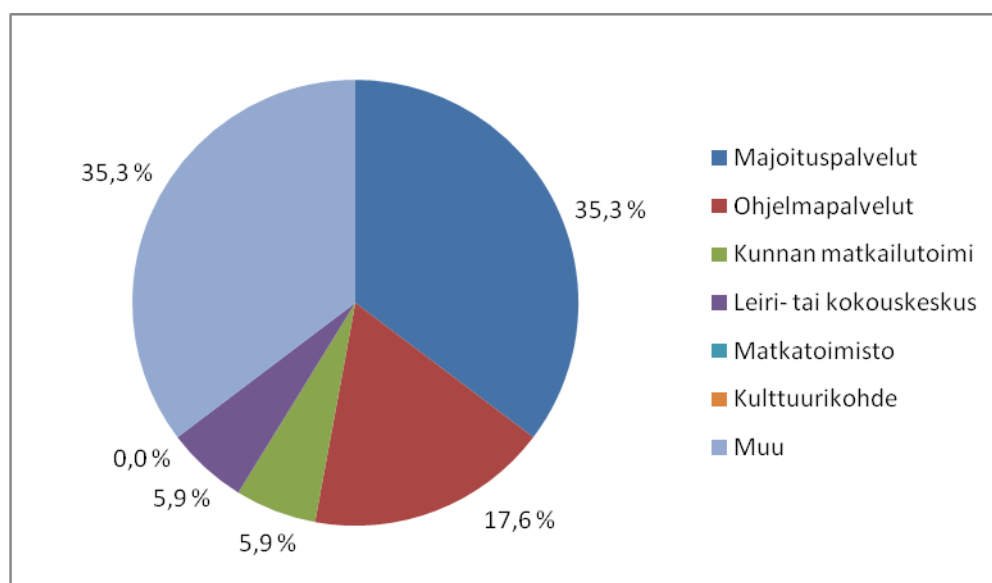
## 7 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimuskysely lähetettiin sähköpostina kuudellekymmenelleseitsemälle (67) matkailualanyrittäjälle ja –toimijalle ympäri Satakuntaa. Yrityksistä ja muista toimijoista 28 oli majoitusalan yrityksiä, 14 ohjelmapalvelu yrityksiä, 8 kuntien matkailutoimia, 6 leiri- ja kokouskeskuksia, 3 matkatoimistoja sekä 8 muita toimijoita kuten kulttuurikohteita sekä suurempia tapahtumaorganisaatioita. Vastauksia saatiin yhteensä 17 kappaletta, jolloin vastausprosentiksi muodostui 25 %. Vaikka vastausprosentti jäi odotettua alhaisemmaksi, saatiin tutkimuksella silti kohtuullisen hyviä tuloksia varsinkin avoimissa kysymyksissä, joissa vastaukset antavat melko selkeästi suuntaa kaivatusta täydennyskoulutuksesta. Vaikka avoimissa kysymyksissä vastaus-ten kirjo olikin osittain hyvin laaja, nousivat tietyt alueet toistuvasti esiin vastauksissa. Tutkimus toteutettiin e-lomakkeena, joka on Internet-pohjainen kyselylomake ja tutkimuskyselystä lähetettiin muistutusviestejä vastaajille ennen vastausajan päättymistä.



### 7.1 Toimiala- ja ikäjakauma sekä henkilöstömäärät

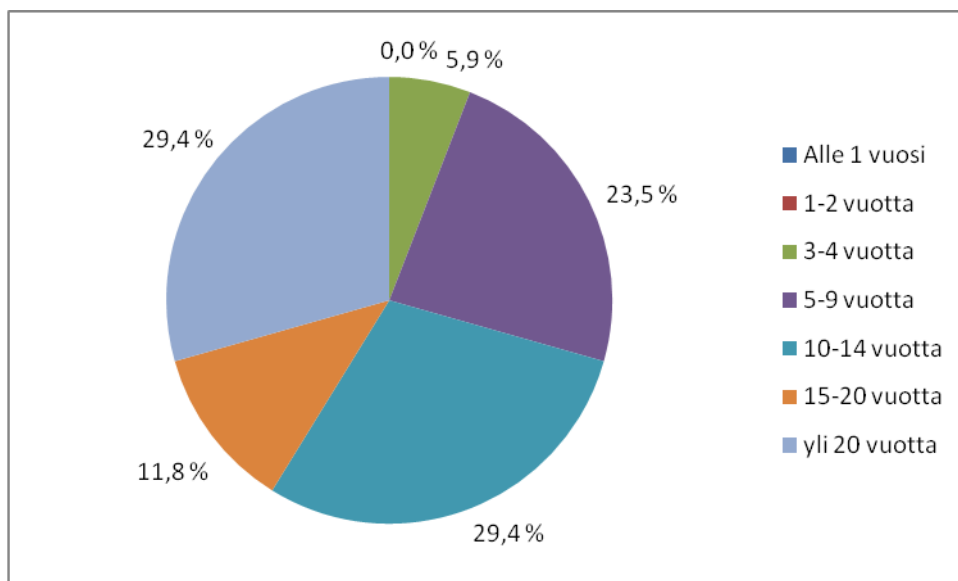
Kyselyyn vastanneista selkeästi suurimmat toimialat olivat majoituspalvelut sekä muut kohteet kuten erilaiset organisaatiot (kuvio 1). Myös ohjelmapalvelujen vastausprosentti oli melko suuri kaikista vastanneista. Majoituspalvelujen osuus vastauksista oli 35,3 % (n=6) samoin muiden sekalaisten kohteiden. Ohjelmapalveluiden osuus oli 17,6 % (n=3). Kunnan matkailutoimien ja leiri- ja kokouskeskusten vastausosuus puolestaan oli 5,9 % (n=1) kaikista vastanneista. Matkatoimistoista ja kulttuurikohteista vastauksia ei saatu lainkaan. Suhteutettuna kunkin toimialan yrityksiin lähetettyjen kyselyjen määrään, vastauksia tuli eri toimialoilta suhteellisen hyvin.



Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden toimialajakauma

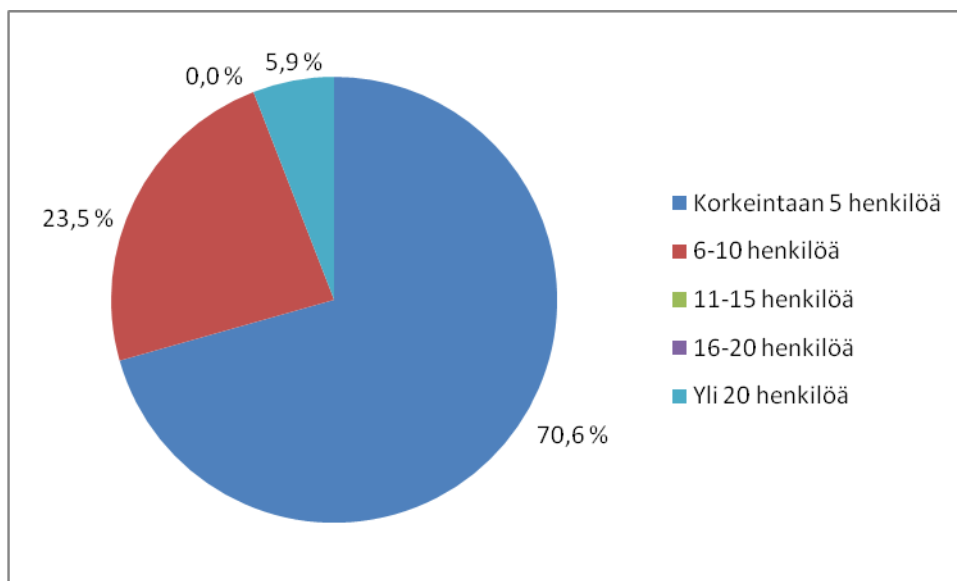
Yritysten ikäjakauma muodostui hyvin selkeäksi. Kyselyyn vastanneista matkailuyrityksistä ja –toimijoista kaikki ovat olleet toiminnassa vähintään 3 vuotta. (kuvio 2) Iällisesti suurimmat vastaajaryhmät olivat 10–14 vuotta toiminnassa olleet yritykset sekä yli 20 vuotta toiminnassa olleet yritykset. Myös 5-9 vuotta toimineiden yritysten vastausprosentti oli melko korkea. Prosentuaalisesti 10–14 vuotta ja yli 20 vuotta toimineiden yritysten osuus kaikista vastanneista oli 29,4 % (n=5) molemmilla. 5-9

vuotta toimineiden osuus taas oli 23,5 % (n=4), 15–20 vuotta toimineiden 11,8 % (n=2) ja 3-4 vuotta toimineiden 5,9 % (n=1).



Kuvio 2. Kyselyyn vastanneiden matkailuyritysten ja toimijoiden ikäjakama

Kyselyyn vastanneiden matkailuyritysten ja –toimijoiden selkeästi suurin kokoluokka oli korkeintaan 5 henkilön yritys, jonka vastausprosentti oli 70,6 % (n=12) (kuvio 3). Toiseksi suurimmaksi yritysten kokoluokaksi kaikista vastanneista osoittautui 6–10 henkilön yritykset vastausprosentilla 23,5 (n=4) ja kolmanneksi eniten vastasivat yli 20 henkilön yritykset, joiden vastausprosentiksi tuli 5,9 (n=1). Henkilöllisesti 11–15 henkilön sekä 16–20 henkilön yrityksistä ei tullut yhtään vastausta. Kyselyssä korostuivat erityisesti pienyritysten tarpeet. Koska selkeä enemmistö vastaajista oli pienyrityksiä, pääsivät heidän näkemyksensä paremmin esille ja vastaajat korostivatkin vastauksissaan nimenomaan pienyrittäjille tärkeitä näkökulmia.



Kuvio 3. Vastanneiden matkailuyritysten ja –toimijoiden henkilöstömäärät

Kun tarkasteltiin ensimmäisten kolmen kysymyksen tuloksia yhdessä huomattiin, että 10-14 vuotta toimineilla majoitusalan yrityksillä yhteistä oli se, että kaikissa näissä oli maksimissaan viisi työntekijää, sama ilmeni myös ohjelmapalveluyrityksissä, jotka ovat olleet toiminnassa 5-9 vuotta. Muissa sekalaisissa kohteissa, kunnan matkailutoimissa tai leiri- ja kokouskeskuksissa tällaista yhdenmukaisuutta ei ilmennyt. Kun vertailtiin vastanneiden toiminnassa olo vuosia työntekijöiden määrään, huomattiin, että yli 20 vuotta toiminnassa olleiden yritysten kohdalla maksimissaan viiden henkilön yritykset olivat selkeästi yleisempiä kuin muut vaihtoehdot. Samoin 5-9 vuotta toiminnassa olleiden yritysten keskuudessa maksimissaan viiden hengen yritykset olivat yleisimpiä. Muissa ikäryhmissä tällaista yhtenäisyyttä ei ollut havaittavissa.

## 7.2 Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuspalvelujen tuttuus

Vastanneista suurimmalle osalle Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuspalvelut eivät olleet ennestään tuttuja. Vastanneista 70,6 % vastasi, etteivät palvelut ole heille tuttuja (n=12) kun taas palveluja tunsivat 29,4 % (n=5) vastanneista. Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskus tarjoaa palveluja kaikille kiinnostuneille iästä ja pohjakoulutuksesta riippumatta. Tarjolla on ammatillisia

erikoistumisopintoja, avoimen ammattikorkeakoulun opintoja sekä kursseja ja seminaareja. Jokainen täydennyskoulutuksesta kiinnostunut voi valita opintonsa oman kiinnostuksena ja tarpeensa mukaan. Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskus järjestää myös lyhytkursseja, Perjantain huiput – tapahtumia sekä teemaseminaareja. Tarjolla on myös esimieskoulutusta sekä tilaajalle erikseen räätälöityä koulutusta.

### 7.3 Aiemmat kokemukset täydennyskoulutuksesta yleisellä tasolla sekä Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskuksessa

Kun kysyttiin, onko matkailuyrityksillä ja –toimijoilla aiempia kokemuksia täydennyskoulutuspalveluista yleisellä tasolla, jakautuivat vastaukset melko tasaisesti. Vastaajista 47,0 % (n=8) vastasi kysymykseen kyllä ja 53,0 % (n=9) ei. Kuten jo aiemmin todettiin, kiinnostus täydennyskoulutukseen on kasvanut nyky-yhteiskunnassa. Yleisimpiä syitä koulutukseen osallistumiseen ovat itsensä ja ammattitaidon kehittäminen, työnantajan velvoitteet sekä työtehtävien nopea kehittyminen. Nykyään täydennyskoulutuskeskuksia löytyy useimmista yliopistoista ja ammattikorkeakouluista sekä yksityisinä yrityksinä useista eri kaupungeista. Myös kyselyn tuloksista on huomattavissa, että tällaisten palvelujen käyttäminen on melko yleistä. Tutkimustuloksista selvisi myös se, että vastanneista niin pienyritykset kuin hieman isommatkin yritykset olivat käyttäneet täydennyskoulutuspalveluja melko tasapuolisesti, suurta eroa ei ollut. Vastanneista 88,2 % (n= 15) kertoi, etteivät he ole koskaan käyttäneet Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuspalveluja. Näitä palveluja oli käyttänyt vain 11,8 % (n=2) vastanneista.

### 7.4 Käytetyt täydennyskoulutuspalvelut ja niiden henkilöstöllinen kohdistuminen

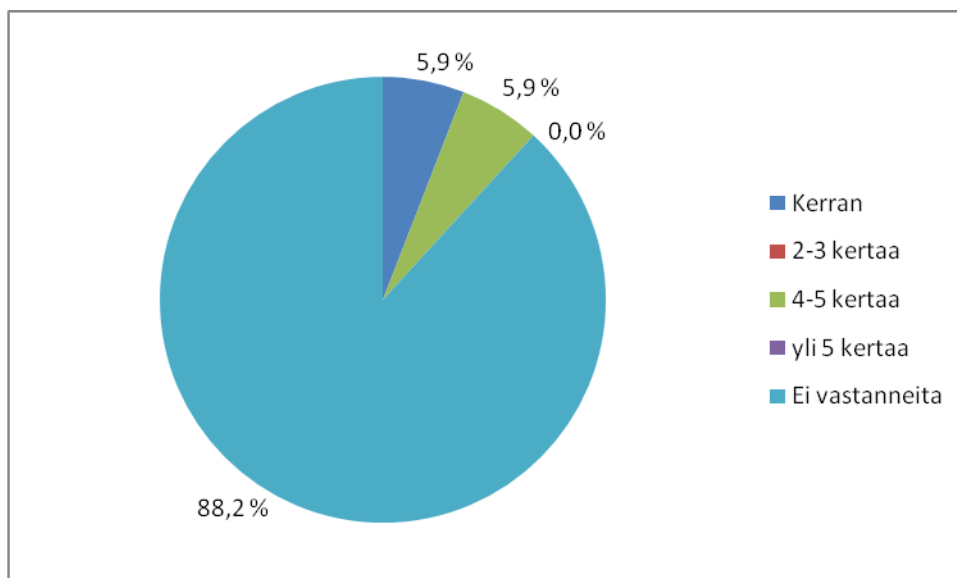
Kun kysyttiin, millaisia täydennyskoulutuspalveluja yritykset ja toimijat ovat aiemmin käyttäneet, jätti suurin osa vastaajista vastaamatta kysymykseen. Muutaman vastauksen antaneen yrityksen vastausten perusteella onkin hankala lähteä tarkemmin arvioimaan, millaisia palveluja ja missä yritykset ovat käyttäneet, mutta aiemman

kysymyksen, liittyen täydennyskoulutuspalvelujen käyttämiseen yleisellä tasolla, perusteella voidaan huomata, että palveluja on kuitenkin käytetty. Näiden muutamien yritysten aiemmin käyttämien täydennyskoulutuspalvelujen sisällöt liittyivät lähinnä ulkoiseen ja sisäiseen markkinointiin sekä tunnettuuteen. Koulutuspaikkoina mainittiin paikallinen aikuiskoulutuskeskus sekä MTC – Oy, joka on Porilainen koulutuskeskus.

Kun kysyttiin kehen käytetyt täydennyskoulutuspalvelut kohdistuivat, jättivät kaikki vastanneet kysymyksen vastaamatta. Täydennyskoulutuspalveluja on kuitenkin saatavilla kenelle tahansa kiinnostuneelle. Koulutukset voivat kohdistua niin päivittäisen toiminnan henkilökuntaan kuin esimiehiinkin. Koulutusta on saatavilla monessa eri muodossa ja se voidaan toteuttaa myös työn ohessa. Koulutus voi olla niin tutkintoon johtavaa tai johtamatonta ja sitä on tarjolla lyhyistä, muutaman tunnin kursseista, pidempi kestoisiin koulutuksiin, joten jokaiselle löytyy varmasti sopiva vaihtoehto. Palveluja on myös saatavilla monesta eri aihealueesta tai koulutus voidaan räätälöidä täysin asiakkaan toiveisiin sopivaksi. Koulutuksiin osallistumiselle ei myöskään ole sellaisia rajoittavia tekijöitä, kuten ikä tai aiempi koulutuspohja.

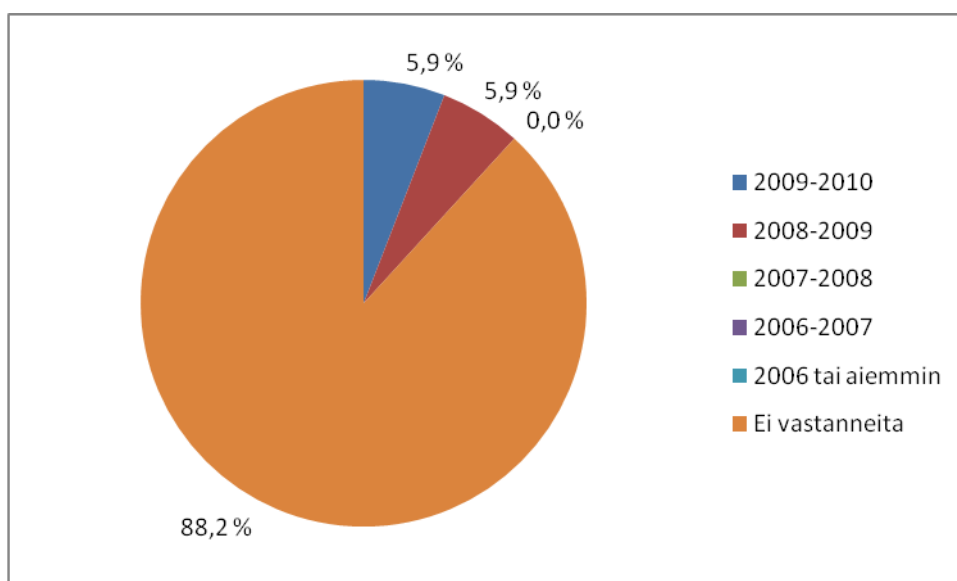
#### 7.5 Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskuksen palvelujen aiempien käyttökertojen määrä sekä ajallinen sijoittuminen

Koska kaikista vastanneista 88,2 % (n=15) ei ole koskaan käyttänyt täydennyskoulutuspalveluja, oli tulos melko selkeä (kuvio 4). Kysymykseen vastanneista 5,9 % (n=1) on käyttänyt palveluja kerran samoin 5,9 % (n=1) on käyttänyt palveluja 4-5 kertaa. Saatujen vastausten mukaan kiinnostusta täydennyskoulutukseen kuitenkin olisi, jos sopiva vaihtoehto löytyisi ja koulutuksen hinta olisi sopiva. Varsinkin pienyritykset painottivat koulutuksen hinta-laatu suhteen tärkeyttä. Tarve täydennyskoulutukselle on yleisesti kasvanut yhteiskunnan muutoksen ja nuorempien ja korkeammin koulutettujen yksilöiden työmarkkinoille astumisen myötä, kuten jo aiemmin on mainittu. Vastauksista kävi myös ilmi, että moni vastaaja tunsi tarvetta kehittyä useammassa kuin yhdessä asiassa.



Kuvio 4. Vastanneiden Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuspalvelujen käyttökerrat määrinä

Samoin kuin edellisessä kysymyksessä liittyen Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuspalvelujen aiempiin käyttökerta määriin, myös näiden kokemusten ajallisesta sijoittumisesta saatiin melko selkeä tulos, koska 88,2 % (n=15) ei ole koskaan näitä palveluja käyttänyt ja vastanneista 5,9 % (n=1) on käyttänyt palveluja vuonna 2008–2009 ja 5,9 % (n=1) vuonna 2009–2010 (kuvio 5). Moni vastaaja koki täydennyskoulutustarpeen kasvaneen viime vuosina. Uusien tietojen ja taitojen sekä yleisen itsensä kehittämisen lisäksi kaivattiin myös perustietojen päivitystä muuttuneessa yhteiskunnassa.



## Kuvio 5 Vastanneiden täydennyskoulutuspalvelukokemusten ajallinen sijoittuminen

### 7.6 Vastaajien täydennyskoulutustarpeet sekä matkailualalla tärkeinä pidettyjen täydennyskoulutuspalvelujen suuntautuminen

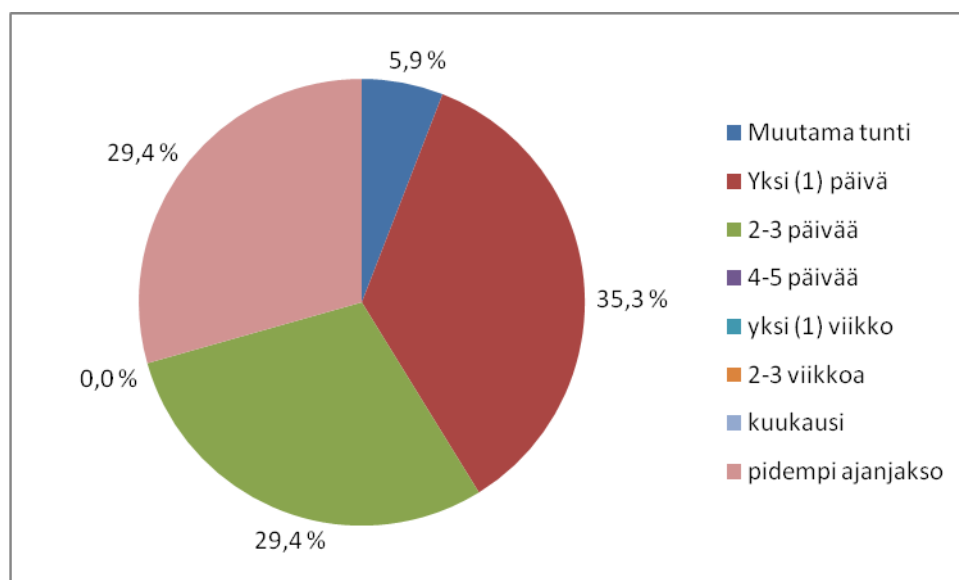
Kysyttäessä millaista täydennyskoulutusta vastaajat kaipaivat, oli vastausten kirjo hyvin monialainen. Yleisimpinä aiheina toistuivat markkinointi ja mainonta. Markkinoinnissa kaivattiin markkinointijohtamiseen sekä markkinoinnin uutuuksiin liittyvää koulutusta sekä Internet – markkinointia. Myös myyntiin liittyvä koulutus mainittiin useasti. Yhtenä suurista kokonaisuuksista esiin nousi sosiaalisen median käyttö ja hyödyntäminen markkinoinnissa ja myynnissä. Sosiaalisen median merkitys markkinointi ja mainonta kanavana kasvaa koko ajan. Sosiaalisesta mediasta on tullut osa markkinointikokonaisuutta ja vastauksista ilmeni selkeä kiinnostus ja tarve oppia hyödyntämään sosiaalisen median eri työvälineitä osana yritysten markkinointikokonaisuutta. Muina aihekokonaisuuksina esiin nousivat omien työtapojen kehittäminen ja hallinta, matkailun tietotekniikka sekä www – sivujen tekeminen, viranomaisvelvoitteet matkailualalla, ensiapu, kirjanpito, MARA – alan ajankohtaiset kurssit ja aiheet sekä matkailun perustutkinnot. Yksittäisinä aiheina puolestaan mainittiin venäläiset matkailijat, palvelusisältöjen kehittäminen sekä ravinto, terveys ja liikunta – matkailu.

Kun kysyttiin minkä suuntaisia täydennyskoulutuspalveluja vastaajat pitivät tärkeänä omalla alallaan, toistui muutama aihe useassa vastauksessa. Yhtenä tärkeimmistä pidettiin pienyritysten tarpeisiin sopivia suuntauksia. Suomen matkailuelinkeino on nykyisellään pienyritysvaltaista, joka selittää tätä tarvetta. Samoin tätä selventää myös se, että Suomen matkailun perusta on edelleen kotimaanmatkailussa, vaikka ulkomaiset matkailijat tuovatkin elinkeinoon merkittävää kasvua. Tärkeänä pidettiin myös toiminnan ja talouden suunnittelua, markkinointia ja myyntiä sekä monialaisuutta tukevaa suuntautumista. Muina suuntautumisina mainittiin innovatiivisuus ja itsensä kehittäminen, kielenhuolto, perustietojen päivitys sekä luontomatkailu. Suomen matkailusta noin neljännes on luontomatkailua, etenkin Pohjois- ja Itä-Suomessa sekä saaristoalueilla sillä on keskeinen merkitys matkailuelinkeinossa.

Näiden lisäksi tärkeinä suuntautumisina pidettiin myös Internet ja sosiaalinen media lähtökohtaista suuntautumista sekä palvelusisällöllistä suuntautumista.

### 7.7 Täydennyskoulutuksen pituus ja teema

Vastanneista 35,3 % (n=6) oli sitä mieltä että koulutuksen tulisi kestää yhden päivän (kuvio 6). 29,4 % (n=5) taas oli sitä mieltä, että koulutuksen pituus tulisi olla 2-3 päivää ja samoin 29,4 % (n=5) oli sitä mieltä, että koulutuksen tulisi kestää pidemmän ajanjakson kuin kuukauden. 5,9 % (n=1) vastaajista kannatti muutaman tunnin mittaista koulutusta. Näiden vastausten väliin jäävät ajanjaksot 4-5 päivästä kuukauteen jäivät vallan vaille kannatusta. Vastauksista oli selkeästi pääteltävissä, että kiinnostus jakautui lyhytaikaisiin koulutuksiin, jotka häiritsevät työntekoa mahdollisimman vähän ollen kuitenkin samalla mahdollisimman intensiivisiä ja kattavia tai vaihtoehtoisesti pidempi aikaisiin koulutuksiin, jotka suoritetaan työn ohessa mahdolliseen tutkintoon tähdäten. Lyhyt aikaisemmilta koulutuksilta toivottiin ytimekästä, mutta silti kattavaa kokonaisuutta kun taas pidempi aikaisissa koulutuksissa tähdättiin laaja-alaisempaan kattavuuteen ja laajempiin asiakokonaisuuksiin.



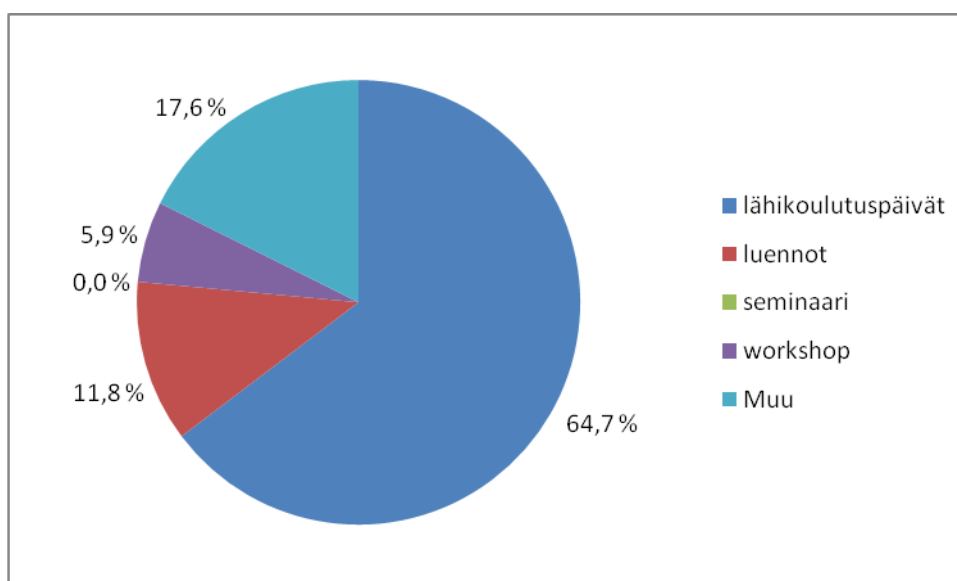
Kuvio 6 Koulutuksen kesto



Kysyttäessä toivotuista teemoista, esiin nousivat jo aiemmin mainitut mainonnan suunnittelu pienyrityksille, luontomatkailu, toiminnan ja talouden suunnittelu, sosiaalinen media, myynti ja markkinointi, koulutus kuntien matkailun kehittäjille, sekä kokonaisuus joka sisältäisi muun muassa yrittäjyyden, alv-perusteet ja laskutuksen, luovuuden kehittämisen ja kielenhuollon. Täysin selkeää teemaa oli vastaajien mielestä vaikea kuvata, enemmän mainittiin asiakokonaisuuksia jotka teeman tulisi kattaa.

### 7.8 Koulutustyyppit, verkostoitumistilaisuudet ja koulutuksen hinta

Vastanneista selkeä enemmistö kannattaa koulutusmuotona lähikoulutuspäiviä, jotka valitsivat 64,7 % (n=11) kaikista vastanneista (kuvio 7). Toiseksi eniten kannatettiin muita koulutusmuotoja, jonka valitsi 17,6 % (n=3) kaikista vastanneista. 11,8 % (n=2) vastaajista valitsi luennot mielisimmaksi koulutusmuodoksi ja 5,9 % (n=1) vastaajista kannatti workshop – muotoista koulutusta. Seminaarit olivat ainoa koulutusmuoto, jotka eivät saaneet lainkaan kannatusta. Vastauksien perusteella voidaan päätellä, että vastaajat ovat kiinnostuneet koulutuksesta joka vaatii myös enemmän osallistumista, ei vain kuuntelua.



Kuvio 7. Koulutustyyppit

Kysyttäessä vastaajien halukkuutta osallistua verkostoitumistilaisuuksiin, vastaajista 64,7 % (n=11) olivat kiinnostuneita kyseisistä tilaisuuksista, kun taas 35,3 % (n=6) ei ollut kiinnostunut. Selkeä enemmistö olisi siis tällaisen sopivan tilaisuuden tarjoutuessa valmis osallistumaan verkostoitumistilaisuuteen, jossa olisi mahdollisuus tutustua muihin alan yrittäjiin ja toimijoihin ja luoda uusia yhteyksiä ja saada mahdollisesti uusia yhteistyökumppaneita sekä liiketoimintaideoita.

Täydennyskoulutuksen hinnasta oltiin monta eri mieltä. Pienyrittäjät toivoivat hinnan olevan heille sopivan edullinen, toiset taas olivat valmiita maksamaan paljonkin, kunhan vain sisältö olisi kohdallaan ja tarpeeksi laadukas. Tärkeänä pidettiin myös sitä, että koulutus olisi toteutettavissa työn ohessa. Hintahaarukka vaihteli 20 eurosta päivässä alle 1000 euroon päivässä lyhempi aikaisissa koulutuksissa sisällöstä ja koulutusmuodosta riippuen. Yleinen keskiarvo oli noin 200–300 euroa muutaman päivän intensiivisestä ja kattavasta koulutuspaketista. Lukukausimuotoisena maksuna hyvänä lukukausimaksuna pidettiin samaa 200–300 euroa, koulutuksen tapahtuessa hitaammalla rytmillä lukukauden mittaan. Pidempi jaksoisten koulutusten hintaa ei uskallettu lähteä arvioimaan, mutta tässäkin kohtaan toivottiin toisaalta pienyrittäjille sopivaa edullisuutta ja toisaalta oltiin valmiita maksamaan hyvästä kokonaisuudesta enemmänkin.

## 8 TULOSTEN YHTEENVETO

Kaiken kaikkiaan kyselyn tulokset antoivat melko hyvän käsityksen Satakunnan alueen matkailuyrittäjien ja muiden – toimijoiden täydennyskoulutustarpeista. Vaikka vastausprosentti jäi vain 25 %, saatiin varsinkin avoimista kysymyksistä hyviä vastauksia, joissa tietyt osa-alueet nousivat toistuvasti esiin. Eniten vastauksia saatiin majoituspalveluyrityksistä (35,3 % vastaajista) sekä muista sekalaisista yrityksistä (35,3 %) kuten erilaisista tapahtumaorganisaatioista sekä ohjelmapalveluyrityksistä. Vastaajista suurin osa oli pienyrityksiä joissa työskentelee korkeintaan 5 ihmistä. Näiden

osuus kaikista vastanneista oli 70,6 %. Myös 6-10 henkilön ja yli 20 henkilön yrityksistä saatiin vastauksia. Kyselyyn vastanneiden yritysten ja toimijoiden yleisin ikäluokka oli 10–14 vuotta toiminnassa olleet yritykset sekä yli 20 vuotta toiminnassa olleet yritykset, joiden osuus kaikista vastauksista oli 29,4 % molemmilla.

Vastaajista suurimmalle osalle Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskuksen palvelut eivät olleet ennestään tuttuja. Vain 29,4 % vastasi tuntevansa palvelu entuudestaan. Kuitenkin kysyttäessä täydennyspalvelujen käytöstä yleisellä tasolla, muualla kuin Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskuksessa, vastasi 47 % käyttäneensä jotakin täydennyskoulutusta. Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuspalveluja oli käyttänyt 11,8 % vastaajista.

Koulutustyypeistä eniten kannatusta sai lähikoulutuspäivät, jotka mieluisammaksi koulutusmuodoksi valitsi 64,7 % vastaajista. Myös muut koulutus muodot yrityksen toiveista riippuen sekä luennot saivat kannatusta. Selkeästi kävi kuitenkin ilmi, että suurin osa vastaajista oli kiinnostunut toiminnallisemmasta koulutuksesta, kun taas pelkkä seminaari ja kuuntelu muotoinen koulutus sai huomattavasti vähemmän kannatusta. Koulutuksen pituudesta kysyttäessä oli vastaus myös hyvin selkeä. Kaikista eniten kannatettiin yhden päivän mittaista koulutusta. Tähän vaikuttaa varmastikin se, että näin koulutuksesta aiheutuu mahdollisimman vähän häiriötä työnteolle. Myös 2-3 päivän koulutus sai kannatusta. Näiltä lyhyemmiltä koulutuksilta tunnuttiin toivovan melko intensiivistä ja kattavaa koulutuspakettia. Myös pidempi aikainen koulutus sai kannatusta. Tässä yhteydessä pidempi aikaisella koulutuksella tarkoitetaan yli kuukauden kestävästä koulutusta. Vastauksista päätellen pidempi aikaiselta koulutukselta toivottiin enemmän tutkinto – tyyppistä lähestymistapaa, joka on toteutettavissa työn ohessa. Enemmistö vastaajista (64,7 %) oli myös kiinnostunut verkostoitumistilaisuuksista, joissa yritykset ja toimijat saisivat mahdollisuuden tutustua toisiin matkailualan yrittäjiin ja toimijoihin ja pystyisivät luomaan uusia suhteita ja kumppanuuksia ja saamaan luomaan uusia ideoita.

Tutkimuksen päätarkoituksena oli kerätä tietoa Satakunnan alueen matkailuyrittäjien ja – toimijoiden täydennyskoulutustarpeista. Avoimista kysymyksistä saadut vastaukset loivat laajan kirjon toiveita, joista oli kuitenkin selkeästi erotettavissa muutama eniten mainittu osa-alue. Eniten täydennyskoulutusta kaivattiin markkinoinnissa ja

myynnissä sekä mainonnassa ja sosiaalisen median hyödyntämisessä näillä liiketoiminnan alueilla. Varsinkin markkinoinnin ja myynnin uutuudet nousivat pintaan sosiaalisen median hyödyntämisen rinnalla. Myös Internet – sivujen ja muun tietotekniikan kanssa koettiin tarvitsevan päivitystä ja lisäkoulutusta. Muina pienempinä aiheina esiin nousivat omien työtapojen kehittäminen, johtaminen sekä viranomaisvelvoitteet, ensiapu ja palvelusisältöjen kehittäminen. Myös venäläiset matkaajat, luontomatkailu ja ravinto, terveys ja liikunta – matkailu koettiin asioina, joista kaivattaisiin lisää koulutusta.

Tärkeimpinä teemoina koulutuksille pidettiin mainonnan suunnittelua pienyrityksille, koulutusta kuntien matkailun kehittäjille, luontomatkailua, sosiaalista mediaa, myynnin ja mainonnan kehittämistä sekä palvelujen myyntiä. Muina teemoina mainittiin myös kuluttajan suoja, EU- ja matkailualan lainsäädäntö sekä erilaiset laajalaisemmat kokonaisuudet käsittäen muun muassa tuotteistuksen, luovuuden sekä yrityksen pyörittämisen. Myös kielenhuoltoa ja perustietojen päivitystä pidettiin arvossa.

Hyvästä koulutuspaketista oltiin valmiita maksamaan melko paljon, kunhan sisältö vain olisi kunnossa. Lyhyemmistä päivän tai kahden mittaisista koulutuksista puhuttaessa hintahaarukka puolestaan heitteli melko paljon. Melko yleinen valmius oli kuitenkin maksaa noin 200–300 euroa muutaman päivän kattavasta koulutuksesta. Sama 200–300 euroa oltiin valmiit maksamaan myös pidempi aikaisesta lukukausimaksu – muotoisesta koulutuksesta.

## 9 OPINNÄYTETYÖN LUOTETTAVUUS

Tutkimuksen kokonaisluotettavuus muodostuu reliabiliteetista (luotettavuus) sekä validiteetista (pätevyys). Tutkimuksessa pyritään aina välttämään virheitä, mutta tästä huolimatta tutkimustulosten reliabiliteetti ja validiteetti saattavat vaihdella. Reliabiliteetti tarkoittaa, että tulokset eivät ole sattumanvaraisia ja että ne ovat toistettavissa

vaikka tutkimuksen tekisi joku toinen tutkija. Validius puolestaan tarkoittaa kykyä mitata juuri sitä asiaa, mitä on tarkoituskin. Kyselylomaketutkimuksissa on aina olemassa se riski, että vastaaja on käsittänyt kysymyksen eri tavalla kuin mitä kyselyn laatija on sen tarkoittanut. Tällöin näitä tuloksia ei voida pitää pätevinä. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2006, 216–218)

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen tutkimuksen piiriin kuuluvana kyselytutkimuksena hyödyntäen Internet – pohjaista e-lomaketta. Jos tutkimus toteutettaisiin uudelleen, uskoisin tulosten olevat samankaltaisia, jopa siinä tapauksessa että vastausprosentti kasvaisi. Tulosten luotettavuuteen tämän tyyppisissä kyselytutkimuksissa vaikuttaa moni asia, kuten vastaustilanne, taustahäiriöt, keskeytykset tai kiire.

Tähän opinnäytetyöhön teoriaosuuden tekstit on haettu mahdollisimman uusista lähteistä. Lähteinä on käytetty myös Internet lähteitä, joiden kohdalla on tarkastettu sivujen alkuperä ja luotettavuus tiedonjulkaisijana. Epäluotettavalta tuntuvat lähteet on jätetty kokonaan pois. Kyselylomakkeen laadintavaiheessa se on tarkastutettu ohjaavalla opettajalla useampaan kertaan aina tehtyjen korjausten jälkeen. Kyselyä laadittaessa kysyttiin myös Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskuksen mielipidettä siitä, millaisia tietoja kaivataan. Kysymyksistä pyrittiin tekemään mahdollisimman selkeitä ja sulkemaan pois väärin ymmärtämisen mahdollisuus siltä osin kuin se oli mahdollista. Vastausprosentti jäi valitettavasti melko pieneksi. Suurempi vastausprosentti oli myös kasvattanut luotettavuutta. Vastausprosentin pienessä myös luotettavuus pienenee.

## 10 POHDINTA

Kaiken kaikkiaan kiinnostusta ja tarvetta täydennyskoulutukselle selkeästi löytyy. Useiden vastaajien vastauksissa oli paneuduttu asiaan huolella ja toiveet esitetty hyvin selkeästi. Kävi myös hyvin ilmi, että jos sopivan hintainen ja sisältöinen koulutus löytyisi, siihen myös hyvin todennäköisesti osallistuttaisiin. Vastauksissa painotettiin

kuitenkin vahvasti myös pienyrittäjien ja nimenomaan matkailuun liittyvän koulutuksen näkökulmia. Useat vastaajat mainitsivat myös perustietojen päivityksen matkailualan piirissä. Yhteenvedona vastauksista kävi tärkeimpinä huomion kohteina ilmi pienyrittäjyys ja matkailun näkökulma, markkinoinnin ja mainonnan uutuudet sekä sosiaalinen media. Useat vastaajat kaipasivat koulutusta nimenomaan uusien markkinointi ja mainonta väylien hyödyntämisessä omassa toiminnassaan sekä uusien ja innovatiivisten markkinoinnin keinojen käyttämisessä.

Kun otetaan huomioon matkailun nykyinen tila Suomessa ja sen useat kasvun mahdollisuudet, on hyvin selkeää, että monimuotoiselle koulutukselle on tilaa ja tarvetta nyt ja tulevaisuudessa. Matkailualalla on vielä paljon käyttämätöntä potentiaalia, joka luo uusia oppimisympäristöjä ja – tarpeita jo kauemminkin alalla työskennelleille. Myös kestävän kehityksen alati kasvava merkitys sekä sosiaalisen median uudet keinot luovat oppimistarvetta ja muuttavat työympäristöjä. Matkailuala on melko nopeasti muuttuva ala, joka vaatii jatkuvaa päivitystä ja taitojen ylläpitämistä niin uusimmissa trendeissä kuin perustietojen päivittämisessäkin. Se on myös melko herkkä ala, johon vaikuttavat useat eri tekijät luonnonmullistuksista taloustilanteeseen. Matkailuyrittäjien onkin siis löydettävä omasta osaamisestaan se painopiste, joka määrittää heidän menestyksensä alalla. Tämän pisteen ylläpitäminen vaatii elinikäistä oppimista ja opiskelua, jotta yritystoiminta pysyy vakaana ja kannattavana. Vaikka yrityksen asema olisikin jo vakiintunut, ei yritys voi silti luottaa sokeasti tuohon vakiintuneeseen asemaan, vaan sen on edelleen pysyttävä mukana muuttuvassa matkailualan ympäristössä, jotta tuo asema saadaan säilymään. Täydennyskoulutukselle löytyy näin ollen tarvetta sekä yritysten näkökulmasta, jotka haluavat kehittyä ja pysyä mukana muutoksessa että yksityisen henkilön näkökulmasta, joka myös haluaa kehittyä omasta tahdostaan, mutta jolle on myös tärkeää pysyä mukana kilpailussa osaavista tekijöistä.

## LÄHTEET

Collin, K. & Paloniemi, S. 2007. Aikuiskasvatus tieteenä ja toimikenttänä. WS Bookwell: Juva.

Diana Bocco, What is continuing education? [Online]. Saatavissa:  
<http://www.wisegEEK.com/what-is-continuing-education.htm>

Havas, K., Jaakonaho, K., Rantanen, P. & Sievers, K. 2006. Matka 2020 – Matkailukoulutuksen määrällinen ja laadullinen ennakointi [Online]. Helsinki: Haaga Instituutin ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/tutkimus-ja-kehityspalvelut/julkaisut/liitteet/Matka2020laadullinen.pdf>

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Edita Prisma Oy: Helsinki.

Hietanen, O. 2009. Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskusohjelman tulevaisuuskoulutus – yhteenveto alueellisten koulutusverstaiden menetelmistä ja tuloksista [Online]. Saatavissa:  
[http://www.tse.fi/FI/yksikot/erillislaitokset/tutu/Documents/publications/Tutu\\_2009-3.pdf](http://www.tse.fi/FI/yksikot/erillislaitokset/tutu/Documents/publications/Tutu_2009-3.pdf)

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2006. Tutki ja kirjoita. Gummerus Kirjapaino Oy: Jyväskylä.

Kokkila, H. 2003. Elinikäiseksi oppijaksi aikuisiällä? Yliopistopaino: Joensuu

Markkinointia.fi, Sosiaalisen median strategia [Online]. Saatavissa:  
<http://www.markkinointia.fi/palvelut/markkinointistrategia/sosiaalisen-median-strategia.html>

Opetushallitus, Edu.fi. Sosiaalinen media ei ole vain välineitä ja palveluita [Online]. Saatavissa:  
[http://www.edu.fi/materiaaleja\\_ja\\_tyotapoja/tvt\\_opetuksessa/mika\\_ihmeen\\_sosiaalinen\\_media/sosiaalinen\\_media\\_ei\\_ole\\_vain\\_valineita\\_ja\\_palveluita](http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/sosiaalinen_media_ei_ole_vain_valineita_ja_palveluita)

Porin seudun kehittämiskeskus POSEK. Rohkeasti uuteen – Porin seudun elinkeinostrategia 2015 -julkaisu.

Porin Yliopistokeskus [Online]. Saatavissa:

<http://www.porinyliopistokeskus.fi/sivu.aspx?taso=1&id=162>

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Täydennyskoulutuskeskus [Online]. Saatavissa:

<http://www.samk.fi/prime194.aspx>

Suoranta, J. & Kauppila, K. & Rekola, H. & Salo, P. & Vanhalakka-Ruoho, M. 2008. Aikuiskasvatuksen risteysasemalla – johdatus aikuiskasvatukseen. Joensuun yliopistopaino: Joensuu.

Työ- ja elinkeino ministeriö, Valtioneuvoston periaatepäätös Suomen matkailupoliitiikasta [Online] Saatavissa:

[http://www.tem.fi/files/17088/Valtioneuvoston\\_periaatepaatos\\_Suomen\\_matkailupoliitiikasta\\_.pdf](http://www.tem.fi/files/17088/Valtioneuvoston_periaatepaatos_Suomen_matkailupoliitiikasta_.pdf)

Valtion ympäristöhallinto, Ympäristö.fi. Kestävä kehitys [Online]. Saatavissa:

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=22119&lan=FI>

Vapaaan sivistystyön yhteisjärjestö, Kestävä kehitys [Online]. Saatavissa:

<http://www.vsy.fi/index.php?k=13961>



Kyselylomake (toteutettu e-lomakkeena)

1. Yrityksenne toimiala

1. Majoituspalvelut
2. Ohjelmapalvelut
3. Kunnan matkailutoimi
4. Leiri- tai kokouskeskus
5. Matkatoimisto
6. Kulttuurikohde
7. Muu

2. Yrityksenne ikä

1. Alle 1 vuosi
2. 1-2 vuotta
3. 3-4 vuotta
4. 5-9 vuotta
5. 10-14 vuotta
6. 15-20 vuotta
7. yli 20 vuotta

3. Yrityksenne henkilöstön määrä

1. Korkeintaan 5 henkilöä
2. 6-10
3. 11-15
4. 16-20
5. Yli 20 henkilöä

4. Ovatko Satakunnan ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuskeskusten palvelut Teille tuttuja?

1. kyllä
2. Eivät lainkaan

5. Oletteko aiemmin käyttäneet muiden palveluntuottajien tarjoamia täydennyskoulutuspalveluja?

1. Kyllä
2. Ei

6. Oletteko aiemmin käyttänyt Satakunnan ammattikorkeakoulun tarjoamia täydennyskoulutuspalveluja?

1. Kyllä
2. Ei

**Jos vastasitte äskeiseen kysymykseen ei, siirtykää kysymykseen 11.**

7. Mitä täydennyskoulutuspalveluja olette käyttänyt?

---

---

---

---

8. Keneen käyttämänne täydennyskoulutuspalvelut kohdistuivat?

---

---

---

---

9. Kuinka monta kertaa olette käyttänyt SAMK:n täydennyskoulutuskeskuksen täydennyskoulutuspalveluja?

1. Kerran
2. 2-3 kertaa
3. 4-5 kertaa
4. yli 5 kertaa

10. Milloin olette käyttänyt täydennyskoulutuskeskuksen palveluja?

1. 2009-2010
2. 2008-2009
3. 2008-2007
4. 2007-2006
5. 2006 tai aiemmin

11. Millaista täydennyskoulutusta kaipaisitte?

---

---

---

---

12. Minkä suuntaisia täydennyskoulutuspalveluja pidätte erityisen tärkeänä omalla alallanne?\_\_\_\_\_

---

---

---

13. Minkä pituisesta täydennyskoulutuksesta olisitte kinnostunut?

1. Muutama tunti
2. Yksi (1) päivä
3. 2-3 päivää
4. 4-5 päivää
5. Yksi (1) viikko
6. 2-3 viikkoa
7. kuukausi
8. pidempi ajanjakso

14. Millaista teemaa toivoisitte täydennyskoulutukselta?

---

---

---

---

15. Millaisesta koulutustyyppistä olisitte kiinnostunut?

1. Lähikoulutuspäivät
2. Luennot
3. Seminaari
4. Workshop
5. Jokin muu

16. Olisitteko kiinnostuneita verkostoitumistilaisuuksista?

1. kyllä
2. Ei

17. Minkä hintainen täydennyskoulutuksen tulisi mielestänne olla? \_\_\_\_\_

---

---

---